

Bloggpraksis som lært selvrepresentasjon

En kvalitativ analyse av selvrepresentasjon i personlige blogger.

Karoline Tømte



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for medier og kommunikasjon

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2009

Sammendrag

Denne oppgaven tar for seg aktørers bruk av personlige blogger, og undersøker hvordan selvrepresentasjon håndteres i bloggen. For å belyse problemstillingen har jeg benyttet meg av kvalitative dybdeintervju på e-post med syv norske bloggere. Gjennom en analyse av informantenes holdninger til egen bloggpraksis, har jeg belyst hvordan aktører forholder seg til bloggen som selvrepresentasjon for et ukjent publikum på internett. De empiriske funnene viser at bloggpraksis er underlagt visse konvensjoner og rammevilkår, som legger føringer på det selvet som representeres i bloggen. Videre har jeg vist at motivasjonen for bloggpraksis varierer fra aktør til aktør, og at bloggen kan forstås både som et middel for å nå et høyere mål, og som et mål i seg selv. Bloggpraksis, som all interaksjon, kan potensielt føre med seg konsekvenser av både positiv og negativ art. Mine analyser avdekker imidlertid et fokus på de positive konsekvensene. Jeg har diskutert hvordan blogging for aktørene har ført til en form for lært selvrepresentasjon, der de i samspill med den sosiale konteksten har lært seg hvordan bloggerrollen bør fremføres for å være vellykket. Denne lærte selvrepresentasjonen oppstår i spenningsfeltet mellom autenticitet og antatt autenticitet, mellom selvrepresentasjon og selvrepresentasjon.

Abstract

This thesis is concerned with individuals' use of personal blogs, and explores how self-representation is being handled in the blog. In order to investigate my objective, this study is based on empirical data from e-mail interviews with seven Norwegian bloggers. Through a qualitative analysis of the interviewees' attitude towards their own blogging practices, I have thrown light on how individuals relate to self-representation in front of an unknown audience. My findings show that blogging is subject to certain rules and conditions, and that these in turn will influence the represented self. I have discussed how blog motivation varies from individual to individual, and how the blog may be understood both as a means to an end, as well as a goal in its own. As with all interaction, blogging may lead to both positive and negative consequences, although my analysis shows that the positive consequences are predominant. I have discussed how blogging leads to a process of learnt self-representation for the individuals involved, in which they learn to correctly perform the blogger role. This learnt self-representation arises from a tension between authenticity and assumed authenticity, between self-presentation and self-representation.

Forord

Arbeidet med denne oppgaven har vært engasjerende, utfordrende, lærerikt og til tider ganske altopplukende. Jeg vil gjerne få takke de som har oppmuntret meg underveis, og som på ulike måter har hjulpet meg å komme i mål med skriveingen.

Under arbeidet med denne oppgaven har jeg vært tilknyttet det internasjonale forskningsprosjektet Mediatized Stories. Jeg vil derfor først få rette en stor takk til Birgit Hertzberg Kaare og Knut Lundby som fattet interesse for prosjektet mitt og tok meg under sine vinger. Det har vært en svært nyttig erfaring for meg å få være en del av dette prosjektet. Birgit Hertzberg Kaare fortjener en spesiell takk for at hun ville være min veileder i perioden V08/H08, og for konstruktive tilbakemeldinger og god oppfølging. Videre har Mia Lövheim vært en viktig faglig støtte for meg i denne prosessen. Jeg setter utrolig stor pris på at du tok deg tid til meg og oppgaven min også før du offisielt tok over veilederrollen V09. Knut Lundby har også gitt meg nyttige og kloke innspill i den avsluttende fasen V09. En takk til alle dere andre som også har gjort IMK til et fint sted å være, spesielt Maren Moen. Du er en fantastisk studiekonsulent.

Takk til alle informanter som velvillig stilte opp til intervju og delte av sine bloggerfaringer. Det er dere som har gjort denne oppgaven mulig å skrive, og jeg setter stor pris på at dere ga av deres tid og oppmerksomhet.

Takk til RAM for tildeling av et mastergradsstipend på 25.000,-

En særlig takk til Marit Møllhausen, Siri Andresen og Anja Sletten som har lest korrektur og kommet med konstruktive tilbakemeldinger og innspill til det jeg har skrevet underveis. Min bror Magnus Tømte fortjener også en takk fordi han tålmodig stiller opp hver gang jeg trenger teknisk assistanse.

Sist men ikke minst, en stor takk til alle venner og familiemedlemmer som frivillig eller ufrivillig har latt meg luften mine tanker, og som har gjort mer eller mindre vellykkede forsøk på å snakke meg til fornuft når alle rasjonelle tanker har forsvunnet fra mitt hode.

Oslo, mai 2009

Karoline Tømte

Innholdsfortegnelse

1	Innledning	1
1.1	Bakgrunn og valg av tema	1
1.1.1	Samfunnsmessig og medievitenskapelig relevans	2
1.1.2	Beskrivelse av forskningsfeltet og teoretisk tilnærming	3
1.2	Etablering av feltet	4
1.2.1	Web 2.0	5
1.2.2	Hva er egentlig en blogg?	6
1.3	Problemstilling, fokus og avgrensning	8
1.3.1	Selvpresentasjon versus selvrepresentasjon	9
1.4	Struktur og gangen i oppgaven	10
2	Teoretiske perspektiver og forankring	12
2.1	Identitet i endring	12
2.1.1	Symbolisk interaksjonisme på internett	13
2.1.2	Identitetsbilder i postmoderniteten og moderniteten	14
2.1.3	Erstatning eller forlengelse?	16
2.2	Selvrepresentasjon i mediert form	16
2.2.1	Diffusjon på internett	17
2.2.2	Motivasjon og funksjon	19
2.2.3	Nettverk og sosial relasjoner	21
2.2.4	Bloggen som sjanger for selvrepresentasjon	23
2.3	Goffmans presentasjon av selvet	26
2.3.1	Presentasjon av selvet på internett	29
2.4	Kontrollert lekestue eller sosialt konstruert virkelighet?	31
3	Metodisk tilnærming	34
3.1	Valg av metode for datainnsamlingen	34
3.1.1	Kvalitative intervjuer	35
3.2	Utvalg og rekruttering	37
3.2.1	Informanter	38
3.2.2	Gjennomføring av intervjuene	39
3.3	Temabasert analyse	40
3.3.1	Generaliserbarhet og overførbarhet	41
3.4	Internettforskning i kontekst	41
3.5	Etiske refleksjoner	42
3.6	Tilbakeblikk på de metodiske valgene	43
4	Rammer for selvrepresentasjon i bloggen	46
4.1	Bloggpraksis	47
4.1.1	Tidsbruk og nettvaner	47
4.2	Konvensjoner	48
4.2.1	Nettikette og bloggkvalitet	48
4.2.2	Bloggen som inntektskilde	52
4.2.3	Oppstart og motivasjon	54
4.2.4	Holdning til egen blogg	57
4.3	Relasjoner	59
4.3.1	Forventninger og inntrykk	59
4.3.2	Kommentarer og tilbakemeldinger	63
4.3.3	Bloggerens påvirkningspotensial	65

4.3.4	Bloggingens konsekvenser	66
4.4	Koder	70
4.4.1	Teknologiske implikasjoner	70
4.5	Selvrepresentasjon i den personlige bloggen	72
4.5.1	Synet på ”det personlige”	73
4.5.2	Om å ”være seg selv” i bloggen	74
4.5.3	Selvbevissthet og selvrefleksjon.....	75
4.6	Oppsummering og tema for videre diskusjon.....	76
5	Håndtering av selvrepresentasjon i personlige blogger	82
5.1	Et nytt midtområde?	82
5.1.1	Filtrering og redigering.....	83
5.1.2	Autentisitet og idealisering.....	85
5.1.3	Kikkermentalitet og mediert ekshibisjonisme	87
5.2	Bloggen- Mål eller middel?.....	88
5.2.1	For seg selv eller andre?	88
5.2.2	Selvet som merkevare.....	89
5.3	Risiko og belønning	90
5.3.1	Styrken i svake bånd.....	91
5.3.2	”Fortellingen om meg”	94
5.4	Lært selvrepresentasjon.....	96
5.5	Oppsummering av hovedfunn	99
5.5.1	Autentisk selvrepresentasjon	99
5.5.2	Bloggmotivasjon.....	99
5.5.3	Bloggingens konsekvenser	100
5.5.4	Hvordan håndteres selvrepresentasjon i personlige blogger?	100
5.6	Avsluttende refleksjoner	101
5.7	Kommentarer til videre forskning	104
	Litteratur og kilder	106
	Vedlegg 1- Presentasjon av informantene.....	114
	Vedlegg 2- Intervjuguide	115
	Vedlegg 3- Kvittering på melding fra NSD	118

1 Innledning

1.1 Bakgrunn og valg av tema

Selv om internett etter hvert begynner å bli en etablert arena, er det langt fra et ferdig medium. Ny teknologi, og med den nye sjangre og bruksmåter, alle med egne konvensjoner og forventninger, utvikles og oppstår parallelt med at selve bruken endrer seg. Mye av forskningen på blogger som foreligger fokuserer på bloggen som sjanger, men det er i mindre grad forsket på aktørene som bruker den. Denne oppgavens bidrag til forskningsfeltet er nettopp å undersøke hvilke implikasjoner digital selvrepresentasjon kan ha for aktørene som er involvert. Fra langt tilbake har det vært vanlig å tolke betydningen av en tekst eller et verk ut i fra hva vi vet om kunstneren (se bl.a. Melberg 2007; Gauntlett 2007; Jones, A. 2006), men det nye og interessante i denne sammenhengen er at selvrepresentasjonen foregår på internett, der ulike plattformer fungerer som god grobunn for personlig historiefortelling. Med internett og dets ulike plattformer for sosialisering har vi fått nye ”performance spaces”, nye arenaer for iscenesettelse av selvet (se bl.a. Meyrowitz 1985; Erstad & Wertsch 2008), og i løpet av de siste årene har bloggsjangeren virkelig fått fotfeste blant de bredere lag av befolkningen. Dette avspeiles blant annet i tradisjonelle mediehus satsning på blogger som en del av fokuset på, og utviklingen av, nye digitale medier. Jeg vil med denne masteroppgaven se nærmere på hvilken måte aktive nettbrukere tar i bruk sin personlige blogg som arena for selvrepresentasjon, og videre hvorvidt bloggen må forstås som et middel for måloppnåelse, eller om den må forstås som et mål i seg selv. Jeg vil legge vekt på at den personlige bloggen kan ses som en respons på det økende fokuset på individualisme og individualisering i vår (post)moderne hverdag og livsverden, og at internett som plattform er et velegnet forum for såkalte vanlige mennesker til å nå ut til et publikum og lesere de vanligvis ikke ville hatt tilgang til. Samtidig er det viktig å huske på at det er egne konvensjoner og regler knyttet til oppførsel på internett. Mens postmoderne teori anser internett som et sted der aktøren kan utfolde seg fritt og leke med ulike identiteter, hevder modernitetsteori at aktører tvert i mot søker å utforme et helhetlig selv (se kapittel 2.1). Jeg setter derfor spørsmålstegn ved de som bejubler internett som en mulighetenes arena, fordi man også kan argumentere for at opptrøden på internett er underlagt konvensjoner og sanksjoner.

1.1.1 Samfunnsmessig og medievitenskapelig relevans

Mitt prosjekt er viktig fordi det i svært liten grad tidligere er fokusert på bloggeres motivasjon for å dele av sitt privatliv. Mye er tidligere skrevet om blogger i forhold til politikk, demokrati og offentlighet, men det har vært lite fokus på selvrepresentasjon. Jeg vil i det videre argumentere for at blogging og deltakelse i ulike sosiale nettsamfunn kan være en måte å drive selvrepresentasjon som privatperson, der man står fram som et individ. Ved å presentere seg selv i en digital verden kan aktørene selv velge hvilke sider ved sin identitet de vil legge størst vekt på. Viktig i disse dager er også problematikken og diskusjonen rundt det å utlevere seg selv på internett, som igjen inngår i en større diskusjon rundt grensene mellom det private og det offentlige.

Analysen tar sikte på å kunne si noe om hva som strukturerer og ligger til grunn for personlig selvrepresentasjon på nett, og hvordan denne kommer til syne i den personlige bloggen. Med tanke på at internetts utbredelse øker, spesielt blant barn og unge, kan det være hensiktsmessig med en bevisstgjøring rundt aktørers grad av oppmerksomhet rundt det å bruke seg selv og sitt privatliv som materiale. En viktig del av undersøkelsen vil derfor være å undersøke spenningsfeltet mellom bloggen som en kontrollert arena og et sosialt rom. Vi ser tendenser til at stadig flere velger å dele sitt privatliv på internett, det være seg på egne blogger, i sosiale nettsamfunn eller i diskusjonsforum. Jeg ønsker med denne undersøkelsen å rette oppmerksomheten mot hvilke motivasjoner og ønsker om måloppnåelse som kan ligge til grunn for disse aktivitetene, her spesifisert ved blogging. Som del av denne undersøkelsen vil jeg gå nærmere inn på spenningen mellom det å se på bloggen som et mål i seg selv, og det å se på bloggen som et middel for å oppnå noe annet, det være seg på nett eller utenfor nettet. Internett som medieplattform tar over stadig flere funksjoner som tradisjonelt har vært tiltrodd andre arenaer, deriblant sosialisering.

Denne oppgaven tar sikte på å si noe om hva som skjer med selvrepresentasjonen i sosiale kontekster når den foregår over internett, og dermed er en form for ”mange til mange” kommunikasjon, og slik skiller seg fra tradisjonell ”én til én”, eller ”én til mange” kommunikasjon¹.

Underveis i arbeidet med denne oppgaven viste det seg at 2008 skulle bli det store ”bloggåret”. Stadig flere bloggere ble kjent via bloggene sine og med det fulgte intervjuer i

¹ Jeg veksler mellom å bruke begrepene interaksjon og kommunikasjon.

både aviser, magasiner og på radio². Markedsføringsbransjen har også forstått at bloggerne har god kontakt med grasrota, og er dermed ideelle kanaler å benytte seg av for å nå ut til sine målgrupper³. Samtidig var det stadig flere bloggere som la ned bloggene sine, som en konsekvens av mye publisitet og høye forventninger fra lesere og annonsører.

1.1.2 Beskrivelse av forskningsfeltet og teoretisk tilnærming

Tidligere forskning på feltet har blant annet studert selvrepresentasjon i forbindelse med tevedeltakelse (*Sjekking på TV* 2001; Langestrand 1999), selvrepresentasjon i personlige hjemmesider (se bl.a. Hevern 2000; Walker 2000; Chandler 1998), selvrepresentasjon i sosiale nettsamfunn (se bl.a. Brake 2008; Fredheim 2008; Livingstone 2008; Zhao, Grasmuck & Martin 2008; Ellison, Steinfeld & Lampe 2007; boyd 2007a,b, 2004), selvrepresentasjon i internettdating (Ellison, Heino & Gibbs 2006; Gibbs, Ellison & Heino 2006), samt selvrepresentasjon og dannelse av identitet i online rollespill (Turkle 2005,1997). Tidligere forskning på blogger har i stor grad tendert mot å fokusere på det demokratiserende perspektivet og bloggerens mulighet til å utøve politisk innflytelse (se bl.a. Andresen 2008; Krogstad 2007), eller man har sett på bloggsfæren⁴ som en ny type borgerlig offentlighet (Baoill 2004). Det er også skrevet om blogging som akademisk metode for innsamling av datamateriale (Mortensen & Walker 2002). Stadig flere forskere har begynt å interessere seg for brukergenererte medier og hvilken funksjon og innvirkning det har på brukerens liv (Lüders 2007; *Personlige medier* 2007). De siste årene har det også i økende grad blitt satt fokus på identitet og selvrepresentasjon i blogger (se bl.a. Brake 2007; boyd 2006a).

Opgavens teoretiske utgangspunkt vil bygge på teorier om selvrepresentasjon og identitet, der sosiologen Erving Goffmans (1992,1990) teorier om roller og vår opptreden i hverdagslivet danner diskusjonens bakteppe. Goffman hevder at menneskers oppførsel i dagliglivet kan minne om den opptreden skuespillere gjør på scenen. Jeg tar utgangspunkt i Goffmans bok *The presentation of self in everyday life* (1992,1990), som i år feirer 50 års jubileum for utgivelsen. I denne boken diskuterer og illustrerer Goffman hvordan virkeligheten dramatiseres ved hjelp av visse dramaturgiske hjelpemidler, på samme måte som på en scene. Hovedtrekkene i Goffmans teorier om vårt rollespill til daglig er;

² Dagbladet Fredag 2008b, Inside 2008, Spirit 2008, Universitas 2008

³ Dagbladet Fredag 2008a, Dagsavisen 2008

⁴ Veven av blogger som knyttes til hverandre gjennom lenker, hyperlenker, kommentarer og trackbacks, refereres ofte til som bloggsfæren (Bruns & Jacobs 2006:5). Bloggsfæren er med andre ord totaliteten av blogger og bloggere, som utgjør et slags felleskap.

[...] ideen om en situasjonsdefinisjon: at vi når vi samhandler trenger å etablere en forståelse av hva slags anledning det er, og hvilken sektor av vår person vi, og de andre deltagerne, skal spille ut. Fra dette følger vår oppfatning om hva vi trenger å vite om de andre, og hva vi skal gjøre relevant om dem og oss selv. Det gir oss også tolkningskjema for hva som skjer og retningslinjer for hva som sømmer seg.
(Barth i Goffman 1992:8)

Disse grepene er velegnet for å analysere hvordan mennesker oppfører seg i ansikt-til-ansikt-interaksjon, men jeg mener det også er rom for å applisere teoriene hans på mediert interaksjon, altså interaksjon som går via media. Spesielt interessant for denne oppgaven er Goffmans områdeteori, der han diskuterer dikotomien front- og back stage, eller fasade- og baksideområde, som jeg vil benytte for å si noe om forholdet mellom bloggerens private og offentlige selvframstilling. Videre vil jeg benytte begrepene om henholdsvis informasjon som gis og informasjon som avgis, for å kunne si noe om hvor bevisste og målrettede bloggerne er når det gjelder inntryksstyring i bloggen. Tidligere studier av selvrepresentasjon på internett har også brukt Goffman (1992,1990) som teoretisk rammeverk, men dette gjelder kun et fåtall studier av blogger (se Krogstad 2007; boyd 2006a). Videre vil denne oppgaven vise til tidligere forskning om presentasjon av selvet i media og på internett (se bl.a. boyd 2008, 2007a,b, 2006a,b, 2004; Brake 2008, 2007; Turkle 2005,1997; Chandler 1998). Teorier om internettbruk, samt forholdet mellom online- og offlineaktivitet støtter opp under diskusjonen (se bl.a. Ellison et al 2007; Robinson 2007; DiMaggio, Hargittai, Neuman & Robinson 2001). Denne oppgaven vil også diskutere hvorvidt de teknologiske forutsetningene legger føringer på selvrepresentasjonen som kommer til syne på bloggen (Bratteteig 2008). I analysen vil jeg i hovedsak benytte meg av Schmidts (2007) analytiske dimensjoner som rammevilkår for bloggpraksis, mens diskusjonen i hovedsak lener seg på Goffmans teorier om fremførelsen av selvet. Denne oppgavens fokus er bloggens rolle for aktørers selvrepresentasjon, og er tematisk tilknyttet det pågående forskningsprosjektet *Mediatized Stories*⁵, som er opptatt av unges selvrepresentasjon gjennom digital historiefortelling (*Digital storytelling, mediatized stories* 2008).

1.2 Etablering av feltet

Digitale medier og internett blir stadig viktigere og mer innflytelsesrikt i dagens samfunn, og overtar flere og flere oppgaver som tidligere har tilhørt mer tradisjonelle medier og arenaer. Internett består av en verdensomspennende sammenkobling av datamaskiner, der det vi kaller

⁵ <http://www.intermedia.uio.no/old/projects/research-projects-1/mediatize>

World Wide Web (WWW) kun er én del, dog den viktigste i sosial og hverdagslig sammenheng (Gripsrud 2002:273). Internett er ikke et medium, hevder Gripsrud (2002), men et multimedium som formidler både bilder, lyd og skrift. WWW ble lansert i 1991 av Tim Berners-Lee ved det europeiske forskningssenteret CERN, opprinnelig som et system for å holde styr på alle forskningsartiklene som var tilknyttet senteret (Fagerjord 2006; Gripsrud 2002).

Bruken av nettet til utvikling av personlige relasjoner og sosiale strukturer økte utover 1990-tallet, etter hvert som internett ble mer utbredt. I takt med dette økte også studiene av datamediert subjektivitet og nettverk (Markham 2007:248). Nettet blir nå i økende grad brukt som et sted der man kan skape seg et virtuelt hjem og bli del av et onlinesamfunn. Burnett og Marshall (2003) argumenterer for at internett gir oss en unik mulighet til å studere publikum som aktive produsenter av medieinnhold, og ikke bare som forbrukere.

1.2.1 Web 2.0

Denne oppgaven handler også om den teknologiske utviklingen som har muliggjort deltakelse for alle som vil, uten at man trenger nevneverdige kunnskaper om det tekniske aspektet ved internett, for å kunne delta. Begrepet Web 2.0 ble introdusert i 2004 av Tim O'Reilly, for å beskrive "en holdning, ikke en teknologi" (O'Reilly 2005), og man kan si at Web 2.0 har gjort det mye enklere for enkeltindividet å være en aktør på internett. Teknologien som faller inn under Web 2.0 kalles sosial programvare, og har mer form av en bevegelse heller enn en teknologisk kategori (boyd 2006b). boyd (2006b:18) argumenterer for at denne sosiale programvaren har ført til tre dramatiske endringer; i måten teknologien designes, i måten deltakelsen spres på, og i måten mennesker oppfører seg på. Enkelt sett representerer Web 2.0 en ny måte å designe nettsteder på, der brukerne står i fokus og der brukervennlighet, funksjonalitet og brukergenerering er viktige komponenter.

Et resultat av et økende fokus på brukergenerert innhold, er at vi får en stadig større brukergruppe som beveger seg over i en produsentgruppe. Dette påpeker også Genticow (2005) når hun diskuterer hvordan tradisjonell mediebruksforskning ikke rommer folks erfaringer med å bli representert i mediene. Dette aspektet er viktig også fordi den mest betydningsfulle utviklingen innen nye medier går i retning av en utvisking av dikotomien bruker - produsent. Thumim (2006) er også enig i at web 2.0 gjør det lettere for flere å delta i media. Samtidig mener hun det er viktig å påpeke at deltakelsen likevel forutsetter visse nivåer av "media literacy", eller spesifikk kompetanse, når det gjelder tilgang til, og evne til å

bruke, internett (Thumim 2008:102). Dette innebærer at deltakelse på internett i like stor grad som deltakelse i offentligheten ellers, fordrer en inngående kunnskap om hvordan man best mulig anvender den tilgjengelige teknologien for å oppnå sine ønskede mål. Vi ser mange eksempler på at vårt moderne samfunn er stadig mer individualiserende, og med et større behov for å fremstille seg kommer også en trend av brukergenerert medieinnhold. Bloggen er et godt eksempel på slikt medieinnhold som fyller individets behov for å uttrykke seg.

1.2.2 Hva er egentlig en blogg?

Den typen nettsider som vi nå identifiserer som blogger ble første gang navngitt som nettopp dette i 1997 av Jorn Barger (Blood 2002b), og mot slutten av 90-tallet dukket det stadig opp flere og flere nettsider av denne typen. Fra 2004 og utover ble blogging sett på som en mainstream-aktivitet, etter at sjangeren gradvis ble mer og mer etablert. Dette understøttes av tall fra en telefonundersøkelse som ble gjennomført av Pew Internet and American Life Project i 2003, der det kom fram at omtrent 2 prosent av voksne internettbrukere hadde sin egen blogg (Lenhart, Horrigan & Fallows 2004). En oppfølgingsundersøkelse fra 2004 viste derimot at antallet hadde steget til hele 7 prosent, altså en økning på 5 prosent bloggere på ett år (Gumbrecht 2004). Tall fra Statistisk Sentralbyrå⁶ viser at 66 prosent av befolkningen benyttet seg av internett i løpet av en gjennomsnittsdag i 2007. Videre viser undersøkelsen at internettbrukerne benyttet seg av internett i gjennomsnittlig 1 time og 34 minutter i løpet av en dag, og denne tiden gikk først og fremst med til å lese og skrive e-post, samt å lese nyheter og innhente informasjon, til diverse banktjenester, vare- og billett kjøp og lignende. Når det gjelder besøk på blogger eller bloggtjenester, viser tall fra TNS Gallup⁷ at 5,5 prosent av respondentene skriver egen blogg, mens 35,3 prosent oppgir at de leser blogger. Interessant er det også at nesten halvparten av respondentene i undersøkelsen, hele 43 prosent, har lagt ut bilder enten av seg selv eller andre på internett. Disse tallene viser at selv om det gjelder et mindretall av totalbefolkningen, så er det stadig flere av de aktive nettbrukerne som velger å bruke internett som en arena for sosialisering og selveksponering. Fra å være et relativt ukjent fenomen er det nå de færreste (kun 9,6 prosent), som *ikke* vet hva en blogg er. Tall fra SSB viser også at selv om det er menn generelt som er de mest aktive nettbrukerne, er det i alderssegmentet 16-24 år kvinner som dominerer i nettbruken, og det er også i denne gruppen vi finner de mest aktive brukerne av sosiale media, der den personlige bloggen også hører med.

⁶ SSB 2007

⁷ Gallup 2008

Weblogger, eller blogger som de heretter vil bli kalt, kjennetegnes av at de er websider som oppdateres jevnlig, og der daterte innlegg listes opp i motsatt kronologisk rekkefølge med de nyeste postene sist, slik at det er enkelt og oversiktlig å orientere seg (se bl.a. Krogstad 2007; Fagerjord 2006; Scheidt 2006; Walker 2003; Blood 2002a). Produsenten, eller forfatteren, av en blogg kalles en blogger, og selve aktiviteten de bedriver kalles blogging. Blogger har tatt over mye av rollen til de mer tradisjonelle hjemmesidene, og er mye mer dynamiske i formen enn sine forgjengere. Det som skiller blogger fra hjemmesider er i stor grad det at folk i større utstrekning leser blogger, og disse har en større appell nettopp fordi de bli oppdatert jevnlig. Bloggen kan ses som en videreføring av hjemmesiden, en utvikling som i stor grad er muliggjort og forenklet av ny teknologi. Mens hjemmesiden ble forstått som en statisk konstruksjon, som serverte en ferdig presentasjon av sin forfatter, er bloggen derimot dynamisk og i konstant endring (boyd 2006a:10; Miller & Shepherd 2004:11).

Lenker er en viktig del av denne nye teknologien som tilrettelegger for blogging. Hyperlenking innebærer at atskilte tekster lenkes sammen på et overordnet plan og disse forbindelsene kalles lenker. De adskilte tekstbolkene kalles noder, eller knutepunkter (Gripsrud 2002:220-222). Hyperlenker gjør det enkelt å vise tilhørighet både til andre blogger og bloggere, men også til andre identitetsmarkører som nettsteder man liker og vil identifiseres med. Hyperlenkene kan også fungere som broer i et nettverk av bloggere da de fungerer som forbindelser mellom individer som ikke ville kommet i kontakt med hverandre utenfor nettet (Granovetter 1983,1973). Lenker er en teknologi som forenkler kommentarvirksomheten og lenking til andre blogger, og gjennom kommentarer og lenker til andre blogger og nettkilder oppstår det nettverk av blogger, som kalles blogg sfæren.

Det finnes ulike typer blogger, der såkalte filterblogger og personlige blogger regnes for å være hovedtypene. Herring, Scheidt, Bonus og Wright (2004) identifiserer fem bloggtyper i sin artikkel "Bridging the gap: A genre analysis of weblogs", der filterblogger, dagbøker eller personlige blogger, K-logger, "mixed purpose" og "andre" utgjør hver sin kategori. De bloggene som forekommer oftest er de personlige bloggene, som har en form for dagbokformat. Filterbloggen har ofte form av kommentarer, og fokuserer gjerne på ikke-personlige emner som er mindre nært knyttet til bloggeren, slik som teknologi, nasjonale eller internasjonale hendelser, eller politikk. Mens filterblogger er den eldste bloggtypen, er personlige blogger den vanligste bloggformen (Herring et al 2004).

1.2.2.1 Den personlige bloggen

Denne oppgaven fokuserer på de personlige bloggene, som altså kjennetegnes ved at de spesielt dreier seg rundt bloggerens personlige tanker og følelser (Blood 2002a). Selv om enkelte av bloggene som danner grunnlag for denne oppgaven kaller seg ”moteblogger”, og dermed kanskje faller inn under kategorien temabaserte blogger, gjør måten bloggene er skrevet på at de også faller inn under kategorien personlige blogger. Vi kan lese om hva bloggeren har befattet seg med i det siste, vi får se bilder av dagens antrekk og hva de har shoppet siden siste innlegg eller post. Det kan også argumenteres for at noen av bloggene fungerer som filterblogger, da mye av funksjonen er å gi leserne inspirasjon og tips, noe som gjerne foregår gjennom lenking til aktuelle nettsteder. Samtidig er det mange av bloggerne som har sterke følelser og tanker rundt temaene de presenterer, hvilket gjør at stilen i bloggene deres blir svært personlig. De nevnte bloggene kan i dette tilfellet regnes som ”mixed purpose”- blogger, som kategoriseres som blogger der funksjoner fra to eller flere genrer blandes (Scheidt 2006). Dette viser at kategoriene ikke er gjensidig utelukkende, men at bloggmediet er dynamisk og i stadig utvikling. En av hovedkarakteristikkene ved en personlig blogg er MEG- fokuset, der alt er konstruert rundt, og dreier seg om, bloggerens person og liv (Blood 2002a). Den personlige bloggen er med andre ord selvrepresenterende.

1.3 Problemstilling, fokus og avgrensing

Denne oppgaven fokuserer på personlige blogger, altså blogger der aktøren/ kreatøren selv står i fokus, og avgrenser seg vekk fra blogger hvis hensikt er å bidra til meningsdanning i politiske debatter. Mitt analysefelt er norske blogger, der temaet er bloggerens liv og gjøren. Jeg spør etter hvilke motiver og motivasjon aktøren har for å blogge om seg og sitt liv, samt hvilken funksjon bloggen har for aktørene. Jeg oppsummere disse spørsmålene opp i følgende problemstilling;

”Hvordan håndteres selvrepresentasjon i personlige blogger?”

For lettere å kunne besvare problemstillingen min, har jeg operasjonalisert den ned i tre underproblemstillinger. Disse lyder som følger;

- a. *”I hvilken grad er bloggerne opptatte av at bloggen representerer et autentisk bilde av hvem de er?”*
- b. *”Hvilken motivasjon har bloggerne for å representere seg selv i bloggen?”*

- c. "Hvilke konsekvenser har bloggingen ført til for bloggerne, på - og utenfor nettet?"

For å kunne besvare problemstillingen tar jeg utgangspunkt i en analyse av aktørenes egne tanker rundt bloggaktiviteten, som jeg har fått tilgang til gjennom å utføre kvalitative dybdeintervju. Jeg er interessert i å finne ut noe om bloggernes egen oppfatning av sin bloggpraksis, og vil ikke analysere innholdet i blogger.

Mye av det som tidligere har vært skrevet om blogger er uttrykk for mediepanikk og "moral panics". Både når det gjelder sosiale nettsamfunn og blogger, så har mye oppmerksomhet vært rettet mot farer og risikoer ved å dele personlig informasjon⁸. Det trekkes stadig frem at man må utvise forsiktighet med hva man publiserer på internett, hvilket er både riktig og viktig, men jeg mener det vil være interessant å se nærmere også på andre sider ved internettbruk. Denne oppgaven vil altså i liten grad ta for seg potensielle farer ved blogging, men vil til en viss grad undersøke eventuelle konsekvenser og resultater som kan oppstå for bloggeren, ved å drive selvrepresentasjon i den personlige bloggen.

1.3.1 Selvrepresentasjon versus selvrepresentasjon

Før jeg går i gang med denne oppgaven, vil jeg avklare hvorfor jeg har valgt å benytte begrepet *selvrepresentasjon* fremfor begrepet *selvrepresentasjon*. Mens Goffman (1992,1990) i sitt hovedverk diskuterer presentasjon av selvet, handler denne oppgaven om bloggen som en representasjon av bloggeren. Å presentere⁹ defineres som å legge- eller vise fram noe, å forestille noe for noen. Å representere¹⁰ på den andre siden, defineres som å avbilde eller gjengi noe enten direkte eller ved hjelp av symboler.

Stuart Hall (1997:10) argumenterer for at representasjon er meningsproduksjon gjennom språk, og at representasjon har form av å være dialog heller enn én veis overføring av mening. En konstruksjonistisk tilnærming til representasjon argumenterer for at representasjon er en praksis, en form for arbeid, som benytter seg av materielle objekter og effekter. Meningen avhenger her ikke av den materielle kvaliteten på tegnet, men av dets symbolske funksjon. Dette er fordi et tegn står for noe, det symboliserer og representerer, og det kan dermed fungere som et tegn og gi mening (Hall 1997:25-26). En intensjonell tilnærming til representasjon reduserer representasjon til å gjelde aktørens intensjoner, og

⁸ D2 2009, Dagsavisen 2007

⁹ <http://www.caplex.no/Web/ArticleView.aspx?id=9328340> (Caplex 2009a)

¹⁰ <http://www.caplex.no/Web/ArticleView.aspx?id=9329663> (Caplex 2009b)

åpner ikke for at mening endres i samspill med andre (Hall 1997:35). Også Mark Nelson (2008 i personlig e-post til Karoline Tømte) begrunner forskjellen mellom selvrepresentasjon og selvpresentasjon med at det i sistnevnte aspektet ikke ligger noen form for aktiv konstruksjon.

Self-representation implies a kind of semiotic projection of aspects or essences of Self into the form of an artifact. Self-presentation, by contrast, seems less about the construction of a Self-sign and more about the communication or delivery of the self-sign to an audience, to a particular public.
(Nelson 2008)

Nancy Thumim (2006:261) hevder at aktører som er involvert i selvrepresentasjon bevisst velger hvilke aspekter ved seg selv de vil fremme og presentere for andre. Dermed skiller konseptet selvrepresentasjon seg fra konseptet om fremførelse av selvet, fordi dette siste er noe vi gjør konstant og dermed ikke behøver å være en bevisst prosess (Thumim 2006:261). Lundby (2008:5) definerer selvrepresenterende digitale fortellinger som personlige historier, fortalt i førsteperson, med forfatterens stemme. Med rot i disse diskusjonene har jeg i denne oppgaven valgt å benytte begrepet selvrepresentasjon som utgangspunkt for mine undersøkelser. Jeg vil, i tråd med Thumim (2006:261) argumentere for at selvpresentasjon er noe vi gjør konstant, vi fremstiller oss for andre og viser hvem vi er. Selvrepresentasjon på den andre siden, er en mer aktiv prosess, der vi skaper ulike symbolske tegn som gir mening og tolkes på ulike måter. Mens det er aktøren som har kontroll over situasjonen i en presentasjon av selvet, oppstår selvrepresentasjoner i et sosialt samspill med andre aktører. Den aktiviteten som foregår når man fremfører selvet kan vi kalle en selvpresentasjon, mens det symbolske objektet som produseres er aktørens selvrepresentasjon. I denne oppgaven forstår jeg bloggernes aktivitet som en presentasjon av selvet, mens bloggen forstår jeg som aktørens selvrepresentasjon.

1.4 Struktur og gangen i oppgaven

I denne oppgaven undersøker jeg hvordan syv norske bloggere håndterer selvrepresentasjon i sine personlige blogger. Jeg ønsker å finne ut hvor opptatte de er av å representere et autentisk bilde av seg selv, hvilken motivasjon som ligger bak bloggpraksisen deres og hvilke konsekvenser den har ført til. I neste kapittel vil jeg redegjøre for det teoretiske grunnlaget mitt, samt vise til relaterte forskningsresultater. I kapittel 3 gjør jeg rede for de metodiske tilnærmingene og de valgene jeg har tatt underveis for å besvare problemstillingene mine. Kapittel 4 er en temabasert analyse av det empiriske datamaterialet strukturert rundt Schmidts

(2007) tre strukturelle dimensjoner ved bloggpraksis, mens kapittel 5 inneholder en diskusjon av mine empiriske funn holdt opp mot det teoretiske rammeverket jeg presenterte i kapittel 2. Helt til slutt i kapittel 5 samler jeg trådene og oppsummerer denne oppgavens viktigste funn, før jeg retter blikket fremover og gir noen kommentarer til videre forskning på feltet.

2 Teoretiske perspektiver og forankring

I dette kapittelet vil jeg se på ulike innfallsvinkler til identitet og selvrepresentasjon, og hvordan forståelsen av disse begrepene har endret seg. Denne endrede forståelsen av identitetskonstruksjonen skyldes delvis de digitale mediernes inntog, som har muliggjort individuelle aktørers økte deltakelse. Internett gir aktørene mulighet til å velge sitt forum, og delvis sitt publikum for selvrepresentasjon, og jeg vil undersøke hvordan dette sosiale rommet som aktørene må forholde seg til, ser ut. Jeg vil videre diskutere hvilke utfordringer aktøren kan møte på ved å fremstille seg på nettet. I denne forbindelse vil det også være nyttig å se på hvordan de teknologiske rammebetingelsene for internettbruk påvirker selvrepresentasjonen som kommer til uttrykk i bloggen. Jeg kommer i denne oppgaven ikke til å undersøke selve de teknologiske rammene for selvrepresentasjon, men vil nøye meg med å analysere informantenes oppfatning av de teknologiske tegnene de benytter for å presentere seg.

Videre vil jeg her trekke fram hvordan bloggpraksis ikke kan studeres som et isolert fenomen, men må ses som en del av en større sammenheng, både når det gjelder det totale mediekonsumet, men også innenfor en sosial kontekst. Relasjonen mellom selvet på - og utenfor nettet vil også diskuteres, da spesielt med tanke på at det hele tiden pågår en toveis vekselvirkning mellom disse, som kan bidra til å forme individets selvforståelse.

Til sist i dette teorikapittelet vil jeg sammenfatte og trekke frem betydningen av de teoretiske begrepene som danner grunnlag for diskusjonen i kapittel 5.

2.1 Identitet i endring

Aktør/strukturproblematikken er en av de mest essensielle diskusjonene i moderne sosiologisk teori. Denne diskusjonen har relevans også for min oppgave, spesielt med tanke på identitetsdannelse. Jeg vil i denne oppgaven undersøke hvorvidt det sosiale rommet bloggingen foregår innenfor, påvirker identitetskonstruksjonen til bloggerne.

Når det gjelder identitetsdannelse, er det her to alternative perspektiver som råder. På den ene siden finner vi de aktørtunge teoretikerne, som mener at identitetskonstruksjonen kontrolleres av aktøren, mens vi på den andre siden finner vi de strukturorienterte teoretikerne som i størst grad vektlegger strukturens påvirkning (se bl.a. Lewis 2003:19). All identitetskonstruksjon består av en dialektikk mellom aktøren og den sosiale konteksten, men graden av hvorvidt aktøren eller strukturen vektlegges, variere de ulike teoretikerne i mellom. Mediene er en del av det sosiale systemet og spiller derfor en viktig rolle for

identitetskonstruksjonen, fordi vi forstår oss selv i forhold til og ut ifra andre. Samfunnet og kulturen på den ene siden og individet på den andre inngår i en gjensidig vekselvirkning, der individet ikke skaper virkeligheten ut ifra egne vilkår, men alltid vil referere til kollektive forhold i sine egne omgivelser (Lewis 2003:62). Dette betyr at identitet oppstår i en sosialiseringssprosess, der omverdenen vil påvirke individets forståelse av seg selv. Med utgangspunkt i dette argumentet, diskuterer jeg i denne oppgaven identitetsdannelse som et samspill mellom aktøren og den sosiale konteksten.

2.1.1 Symbolsk interaksjonisme på internett

Som et forsøk på å overkomme bruddet mellom aktør og struktur, og som en generell motstand mot strukturell funksjonalisme, dukker den teoretiske tradisjonen symbolsk interaksjonisme opp i USA på begynnelsen av 1900-tallet, som en gren av Chicago-skolen (Lewis 2003:65). Innen symbolsk interaksjonisme forstås identitetskonstruksjonen som refleksive prosesser som foregår i et samspill mellom den sosiale konteksten og aktøren, og er opptatt av identitetskonstruksjon som en interaksjon mellom individers syn på seg selv og andres oppfattelse av dem (Abercrombie, Hill & Turner 2000). De intellektuelle røttene i denne teoretiske tradisjonen utgjøres av George Herbert Mead (2001), selv om han selv ikke refererte til seg selv som symbolsk interaksjonist (Elliott 2007:30). Mead hevdet at våre selv ikke er en medfødt egenskap, men at identiteten formes kontinuerlig i samspill med andre (Bauman & May 2004). I Meads øyne er "a person's self and mind, therefore, intrinsically social processes" (Layder 2006: 72). Videre deler Mead (2001) selvet i to deler, "jeget" og "meget". Den første delen refererer til hvordan vi tenker på oss selv som en helhet gjennom språket, mens den andre delen refererer til måten vi organiserer gruppeforventningene på i våre handlinger (Bauman & May 2004:33). Identitet består med andre ord av en personlig og en sosial komponent, der "jeget" utgjør den personlige delen og "meget" den sosiale. Den sosiale identiteten får i kraft av andre menneskers oppfatning av oss, mens den personlige handler mer om hvordan vi definerer oss selv (Gripsrud 2002:16-17). Sammenknytningen av "jeget" og "meget" til et helhetlig identitetsbilde foregår i en sosialiseringssprosess, der det bildet andre har av oss vil påvirke bildet vi har av oss selv og slik får form av å være en læringsprosess. Dette er relevant i forhold til min analyse, da kommentarer og tilbakemeldinger fra lesere utgjør en stor del av bloggpraksis.

2.1.2 Identitetsbilder i postmoderniteten og moderniteten

Anthony Giddens (1991:71) hevder at vi nå lever i en periode av høymodernitet, der all sosial aktivitet har blitt gjenstand for refleksjon og analyse. Alt vi gjør er et valg om å *ikke* gjøre noe annet, idet vi er klar over alle mulighetene og valgene som omringer oss hver dag. ”The careful avoidance of a term, whose meaning is assumed to be common knowledge, is as significant as it’s use” (Thumim 2006:259). Identitet bygger dermed også på distinksjoner, fordi man gjennom å signalisere hvem man er, nettopp også signaliserer hvem man *ikke* er (Bourdieu 2003). Tanken om et helstøpt selv og en udelelig identitet forbindes gjerne med moderniteten, der man argumentert for at mennesket har bevisst herredømme over seg selv og sin egen skjebne (Gripsrud 2002:18). Idealet om et helstøpt selv trekker også på et aspekt av autenticitet, der målet er å fremstå så samlet og komplett som mulig, som et konsekvent og helt selv med en ekstraordinær identitet. ”The ideal of authenticity is a project of becoming who you are” (Guignon 2004:3). For Nietzsche (i Guignon 2004:130) er en autentisk eksistens en pågående prosess av forming av selvet. Guignon (2004:151) hevder at autenticitet anses for å ha en sosial verdi, og autenticitetsbegrepet har lenge vært brukt om produkter som sier noe om sin skaper (Deuze 2007:240). Digitale fortellinger anses ofte for å være genuine og autentiske, da de er tett knyttet til forfatterens selvbiografi (Kaare & Lundby 2008:106). Kaare og Lundby (2008) diskuterer hvordan digitale trosfortellinger¹¹ i større grad enn å være autentiske fortellinger om sin skaper, karakteriseres av en *antatt* autenticitet. At fortellingen bygger på skaperens egen opplevelser og erfaringer er i seg selv ikke en garanti for at fortellingen er autentisk. Dette fordi fortellingene underveis i skapelsesprosessen diskuteres og forhandles for å passe inn i den sosiale konteksten de skapes i. Skaperne av de digitale fortellingene er klar over at det forventes av dem at de er personlige og oppriktige i fortellingene sine, samtidig som de er medvitne om at andre skal se filmene deres og derfor tilpasser fortellingene sine slik at de ikke skal avsløre for mye om seg selv (Kaare & Lundby 2008:116-117).

Vi er bygget av atomer, men realiserer oss selv gjennom bits, skriver Omdahl (2003: innsiden av omslaget). Her pekes det på ett av de trekkene som regnes som det mest signifikante resultatet av senmoderniteten, nemlig den økte refleksiviteten der vi som sosiale aktører blir nødt til å tenke over vår egen identitet (Giddens 1991). Cooleys (1902) konsept

¹¹ Digitale trosfortellinger er en undersjanger av Digital Storytelling som er korte, selvbiografiske filmer bygget opp innenfor visse faste rammer (Kaare & Lundby 2008; Lambert 2006).

the looking-glass self beskriver hvordan vi definerer oss selv gjennom andres syn på oss, ved å sette oss i andres posisjon for deretter å se oss selv utenfra.

Mens modernitetsteori er opptatt av identitet som noe helhetlig og konsekvent, hevder postmoderne teori tvert i mot at identitet kjennetegnes av fragmentering. Postmoderniteten hyller ulikhet og mangfold (Lewis 2003:19). Dette perspektivet preget mange av de tidlige studiene av identitetskonstruksjon på internett (se bl.a. Robinson 2007; Turkle 2005,1997; Markham 1998). Sherry Turkle (2005) var tidlig ute med å kalle datamaskiner for ”et andre selv” (the second self), og hennes banebrytende studier av MUD-spill¹² var blant de første studiene av internettidentitet. Turkle (1997:12) diskuterer om spillerne av disse online rollespillene, at de ved å delta i spillet ikke bare ble produsenter av en tekst, men også av seg selv, ved å konstruere nye identiteter gjennom interaksjon med andre. Mens man i tradisjonelt teater og rollespill som foregår i det fysiske rom, trer inn og ut av karakterer og roller, er online rollespill en form for parallell liv og identiteter (Turkle 1997:14). Turkle (2005,1997) argumenterer for at nettet gir brukere mulighet og anledning til å dyrke ulike identiteter, samt at nettet gir nettbrukerne mulighet til å spille ut sider ved egen personlighet de ellers ikke får utløp for i det virkelige liv. I cyberspace; ”Life itself can be edited” (Jones, S. 1994:86). Jeg vil i analysen undersøke om bloggerne forholder seg til bloggen som et sted der de kan være seg selv, eller om de i større grad bruker bloggen som et sted der de kan tre inn i andre roller enn de ellers bekler.

Serfaty (2004:13-14) argumenterer nettopp for at bloggen brukes som et speil for å se seg selv tydeligere, og som et refleksivt verktøy for å konstruere seg selv som digitale subjekter (se også Brake 2008; Hull 2003). Selvrefleksivitet er en viktig forutsetning for å kunne skape digitale personlige fortellinger (Lambert 2006; Hull 2003). Tidligere undersøkelser har vist at aktører gjennom å skape personlige fortellinger, i form av personlige hjemmesider, digitale fortellinger eller blogger, i mange tilfeller har oppnådd en økt selvforståelse, og blitt mer bevisst på hvem de vil være (Hevern 2000; Chandler 1998). I analysen vil det være interessant å undersøke om denne innsikten bidrar til en økt handlingsfrihet for individet, eller om den i motsatt fall virker hemmende.

¹² MUD (Multi User Domain) er rollespill på internett, som dominerte mye av den tidlige internettbruken. Spillerne kunne her konstruere karakterer og rollefigurer, uten å bli konfrontert med hvorvidt disse stemte overens med den fysiske virkeligheten (Encyclopedia 2009b).

2.1.3 Erstatning eller forlengelse?

I forhold til identitetskonstruksjon i blogger, er det interessant å undersøke hvorvidt aktørene ser på bloggen som en adskilt del av selvet, eller om de bruker bloggen som én av flere arenaer for å representere seg. Tidligere internettforskning skilte sterkt mellom offline og online, eller virkelig og virtuelt, og argumenterte for at aktørene gjerne brukte nettet til å spille ut sider ved seg selv de ellers ikke fikk utløp for (Turkle 2005,1997). Nyere forskning viser derimot at nettbrukere nå i gjennomgående grad er på nett i form av å være seg selv, og postmoderne argumenter om fragmenterte selv har liten gyldighet når det gjelder dagens nettbrukere og bloggere (Robinson 2007:104).

Nå er det en generell oppfatning om at onlineselvet fungerer som en forlengelse av offlineselvet og at internett tilfører heller enn å erstatte, eksisterende mønstre og aktiviteter (Robinson 2007; boyd 2004; DiMaggio et al 2001; Walker 2000). Dette fordi online i aller høyeste grad oppfattes som virkelig, og som Burnett og Marshall (2003) påpeker; det er virkelige mennesker man møter og kommuniserer med på nettet, og tid brukt online er dermed ikke nødvendigvis tid brukt vekk fra andre mennesker.

2.2 Selvrepresentasjon i mediert form

Ulike selvrepresentasjonsteknologier har vært brukt til ulike tider, blant annet er selvportrett eller selvbiografi gamle uttrykksformer. Forskningslitteraturen har lenge vært opptatt av produksjonen av ulike former for selvrepresentasjoner, samt hvilken funksjon disse har for produsentene (se bl.a. Brake 2008; Lambert 2006; Thumim 2006; Hull 2003). Gauntlett (2007) argumenterer for at det lenge har vært en allmenn oppfatning at kunstnere lager kunstverk *for* å kunne uttrykke seg, og for å formidle noe om sine liv, følelser og erfaringer. Det er et vanlig argument at vi leser en kunstner eller produsent inn i sitt verk, og at vi gjennom verket mener å kunne vite noe om kunstneren (se bl.a. Gauntlett 2007; Melberg 2007; Jones, A. 2006; Rasmussen 2003a).

Den franske filosofen Paul Ricoeur (1988, 1985, 1984) har vært en viktig inspirator når det gjelder tanken om at det finnes en tett sammenheng mellom selve livet og fortellingen om livet (se Gauntlett 2007). Dette er særlig synlig i populærkulturens fascinasjon for ”the story of my life” - fortellingen om mitt liv, skriver Melberg (2008:12). Ett av kjerneprinsippene i Digital Storytelling reflekterer dette argumentet, nemlig at ”everyone has a powerful story to tell” (Lambert 2006). Tradisjonelt sett har adgangen til media, og dermed muligheten til å få sin stemme hørt, ikke vært en selvfølge for ordinære mennesker, men vært

forbeholdt de utvalgte få. Dette har internett endret på, og det har blitt enklere for vanlige menneskene å bli hørt og å få fortalt sine historier. Selvrepresentasjon har, som jeg skrev over, tidligere foregått gjennom andre medier. Med internett ser vi en forandring i former for å presentere seg, der mediering påvirker *hvordan* man forteller om seg selv. Bloggen er en egen sjanger med der tilhørende sjangerkonvensjoner. Dette diskuterer jeg i kapittel 2.2.4.

2.2.1 Diffusjon på internett

Dick Hebdige (2002) diskuterer hvordan subkulturer opposisjonerer - og definerer seg, som en motsats til hegemoniet og den dominerende kulturen. Disse argumentene har relevans også for bloggfeltet og belyser viktigheten av å skille seg ut, å ligge forut for "de andre". Etter hvert som et fenomen spres, endres gjerne holdningene til det gjeldende fenomenet. Hvilke motiver man har for å blogge, og hva man ønsker å oppnå med sin bloggpraksis, kan dermed ha sammenheng med hvor lenge man har blogget. Diffusjonsforskningen som vokste fram i antropologien på begynnelsen av 20-tallet, bunnet i en interesse for spredning av nye ideer og teknologiske nyvinninger fra et samfunn til et annet. "Diffusjonsforskning er opptatt av prosesser som kommuniserer en nyvinning til medlemmene i et sosialt system over en viss tid" (Waldahl 2003:141), og Rogers (2003) snakker i den forbindelse om fem "adopsjonsgrupper". Disse idealgruppene er henholdsvis innovatører, tidlige brukere, tidlig majoritet, sen majoritet og etternølere (Rogers 2003). Hvilken kategori man plasseres i, sier noe om hvor snar man er til å plukke opp nye trender og ideer, samt hvilken posisjon man har innenfor et system. De første adopsjonsgruppene preges gjerne av svært entusiastiske holdninger, mens de siste gruppene er mer skeptiske. De to tidligste adopsjonsgruppene er gjerne ildsjeler som er svært tidlig ute med å oppta nye praksiser. Innovatørene havner ofte i sosiale relasjoner utenfor sin nærmeste krets, som følge av sin interesse for nye ideer, og de fungerer gjerne som en slags portvokter når det gjelder introduksjonen av nye ideer inn i et system. Nye relasjoner oppstår, gjerne over lengre geografiske distanser (Rogers 2003). Dette er et argument McLuhan (1962) introduserte med sine teorier om "den globale landsby", som sikter til at verden ved introduksjonen av elektroniske media ble knyttet sammen til en landsby der grenser i tid og rom ikke lenger var av betydning. Dette er et betegnende fenomen også innenfor bloggsfæren, da det ligger i nettets natur at fysisk distanse og virkelig tid ikke er begrensende for å nå ut til nye sosiale rom. I forhold til denne oppgaven er det interessant å undersøke hvorvidt motiver for – og holdninger til bloggpraksis endrer seg alt ettersom hvor man befinner seg i diffusjonsprosessen.

De tidlige brukerne preges er gjerne velrespekterte og får ofte rollen som opinionsledere, med mulighet til å endre holdninger hos sine likemenn (Rogers 2003; Lazarsfeld & Katz 1960). I mediasammenheng viser det seg ofte at unge mennesker er de første til å anvende nye tjenester, så som sosiale nettsamfunn og blogger, og får gjerne en aktiv rolle i utviklingen av disse tjenestene og produktene (Frønes & Futsæter 2008). Fremstående blogger har også et stort potensial som markedsføringsarenaer, der de kan skape blest om produkter eller tjenester. Innovatører og tidlige brukere benyttes ofte som testbrukere eller som annonsekanaler i diffusjonsprosesser (Frønes & Futsæter 2008; Rogers 2003), og enkelte bloggere får på denne måten rollen som opinionsledere (Lazarsfeld & Katz 1960). Opinionslederne har en form for symbolsk kapital (Bourdieu 2003), og ved at de annonserer for et merkenavn eller produkt, vil dette produktet få en symbolsk verdi som igjen kan overføres tilbake til produsenten (Lewis 2003:6). Man regner med at disse aktørene har en viss tyngde innenfor sitt felt og at de dermed fungerer som forbilder for sine lesere.

Gentikow (2005:20) hevder at vi som resultat av at slike tidlige brukere får en rolle på produksjonssiden, får en ny gruppe mediebrukere som også har produsenterfaring. I denne gruppen er det relevant å trekke inn produsenter av blogger. Rogers (2003) diskuterer hvordan gruppen av tidlige brukere gjerne blir brukt av ulike aktører som ønsker å nå ut til en kritisk masse, nettopp fordi de er respektert av sine likemenn, og anses for å være det Rogers (2003:283) kaller "the individual to check with" før man tar til seg en ny ide. At man er respektert av sine likemenn er viktig for at man skal kunne snakke om noen grad av påvirkningskraft. Dette kommer jeg inn på i kapittel 4.3. Den tredje og fjerde gruppen, tidlig- og sen majoritet, utgjør hele to tredjedeler av den totale medlemsmassen i systemet. I følge Rogers (2003) fungerer den tidlige majoriteten som et viktig bindeledd i diffusjonsprosessen, men denne gruppen bruker generelt lengre tid på beslutningsprosessen enn det de to foregående gruppene gjør. Begge de to siste gruppene, sen majoritet og etternølere, er preget av en skeptisk og en forsiktig holdning til nye ideer, og er de siste innen et sosialt system til å ta til seg en nyvinning. Etternølerne vil gjerne se at innsatsen betaler seg før de deltar.

Blood (2002a) hevder at mens de tidlige bloggerne var svært interesserte i teknologien, og gjerne kalles "power users", var de senere bloggerne mer opptatt av å skape sosiale allianser, samt å dele biter av hverdagen sin med alle som måtte være interessert. For disse siste brukerne var nettet et medium, og ikke en pasjon som det var for de tidlige brukerne (Blood 2002a:x). De fleste personlige bloggere havner et sted midt i mellom, hvilket også er gjeldende for bloggerne i denne undersøkelsen.

Endringer manifesterer seg raskere på nettet enn i den fysiske verden utenfor, og nye fenomen oppstår og forsvinner i rasende fart. Begrepet avantgarde kan benyttes for å beskrive sosiale felt og grupper der nye koder jevnlig etableres og skapes, og verdien av tegn er i konstant forandring (Berkaak & Frønes 2005:87). Alle felt går i bølger, også internett, der man kan si at innovatører og tidlige brukere utgjør den avantgardistiske eliten. Hebdige (2002) og Bourdieu (2003) hevder at så snart noe blir tilgjengelig for allmennheten og tas opp som en del av den dominerende kulturen, vil det miste sin verdi for den opprinnelige gruppen. I tråd med dette argumentet hevdes det nå at bloggen er i ferd med å dø ut, fordi den har blitt for ”mainstream” (Boutin 2008; Economist 2008). Argumentet er at fordi det nå har blitt så vanlig å blogge har det ikke lenger noen appell for de tidlige brukerne, blant annet fordi mye av motivasjonen var å være forut for massene.

2.2.2 Motivasjon og funksjon

Internett gir på mange måter aktører mulighet til selv å velge sitt forum for selvrepresentasjon, og avgjørelsen om å starte en blogg henger gjerne sammen med hva man ønsker, eller tror man kan oppnå, med praksisen. Aktører kan ha ulike motiver for hva man ønsker å oppnå, men samtidig benytte seg av det samme medieformat (Schmidt 2007).

Aktører blogger for å uttrykke seg skriftlig og kreativt, for å dokumentere og dele tanker, delta i diskusjoner (Lenhart & Fox 2006; Mortensen & Walker 2002). Internett er en plattform for nisjer og subkulturer (boyd & Ellison 2007; Brandtzæg 2007; Anderson 2006), og for mange bloggere er målet å komme i kontakt med andre mennesker med samme interesser eller livssituasjon som en selv (Karlsson 2007; Hodkinson 2006). Blood (2002b) hevder at bloggen også gjør aktører mer observante og artikulerte i forhold til verden rundt dem. Mens Mortensen og Walker (2002) og Blood (2002b) argumenterer for at blogger *alltid* skrives for å deles, enten det gjelder bilder, informasjon, gode tips, interesser eller bare inspirasjon, mener (Brake 2007) derimot at enkelte bloggere ikke nødvendigvis skriver for et publikum, men at bloggingen har en egenverdi for dem selv, som terapi eller for å dokumentere eget liv. Jeg vil si at bloggens natur nettopp ligger i muligheten til å bli lest, og dersom denne forutsetningen ikke lå til grunn, ville det vært meningsløst å benytte et publiseringsverktøy for å formidle tankene sine via skjermen.

Calvert (2000:83) diskuterer hvordan mennesker villighet til å dele personlige detaljer gjør det mulig for mediene å tilby ”hjemme hos”-reportasjer, reality teve og avslørende talk show. Denne medierte ekshibisjonismen, skriver Calvert (2000:83) bunner i folks villighet til

å ”overshare”. Et viktig konsept i denne sammenheng er ”self-disclosure”(Calvert 2000:83), som handler om individers verbale presentasjon av seg selv for andre (Derlega 1993:1 & Taylor 1979:111 i Calvert 2000:83). Selvavsløring har flere funksjoner, og Calvert (2000:83-84) nevner *self-clarification*, *self-validation*, *relationship development* og *social control*. De to første punktene har indre funksjon, og bidrar til en økt selvforståelse gjennom kommunikasjon med andre, og en bekreftelse på at ens egne overbevisninger passer med sosiale normer, mens de to siste har en ytre funksjon, der den gjør personlig informasjon til en vare, og manipulerer andres mening gjennom kalkulerete avsløringer (Miller & Shepherd 2004:4). Mediert ekshibisjonisme finner sitt motstykke i mediert kikkermentalitet gjennom en gjensidig vekselvirkning, der privat informasjon på den ene siden avsløres av ekshibisjonistene, og på den andre siden konsumeres av kikkerne (Calvert 2000). Mediert kikkermentalitet refererer til:

The consumption of revealing images of and information about others' apparently real and unguarded lives, often yet not always for purposes of entertainment but frequently at the expense of privacy and discourse, through the means of mass media and the Internet (Calvert 2000:2).

Schmidt (2007) introduserer tre strukturelle aspekt for analyse av bloggpraksis, henholdsvis **konvensjoner**, **relasjoner** og **koder**. Det første aspektet, konvensjoner, handler i stor grad om motivasjon og Schmidt skiller her mellom ”adequacy rules” (tilstrekkelighet) og ”procedural rules” (prosessuelle konvensjoner). Hvordan bloggerne i denne oppgaven forholder seg til de gjeldende konvensjonene, kan bidra til å si noe om hvor viktig det er for dem å formidle et korrekt bilde av seg selv i bloggen.

Adequacy rules, handler om hva som guider valgprosessen av passende medium. Schmidt hevder at en aktør velger seg type medium avhengig av hvilke mål og motiver han har, og hva han ønsker å oppnå. Det handler altså om å velge den medieplattformen som er best egnet for egen tilfredsstillelse, og videre at bloggerne i denne undersøkelsen har hatt et tenkt mål i tankene ved å starte opp nettopp en blogg på internett.

Procedural rules kommer inn når valget av blogg framfor andre typer media er tatt, og går mer direkte på den faktiske bloggbruken. Innenfor de prosessuelle reglene finner vi tre nivåer av konvensjoner, som referer til de ulike handlinger, roller og strategier eller funksjoner bloggeren og bloggen kan ha.

Første nivå handler om *utvelgelse* av innhold og viser til bloggeren som mottaker av medieinnhold, som igjen må velge ut hvilke kilder han skal benytte seg av. Bloggerens interesser og vaner vil påvirke utvelgelsen, og her er bloggeren selv leser eller bruker. Dette

handler blant annet om hvor man finner inspirasjon og innhold til blogginnleggene sine, og i denne konteksten blir bloggens funksjon ”information management” (informasjonshåndtering), og bloggeren fungerer som filter ved å navigerer på nettet for sine lesere.

Nivå to dreier seg om *publisering*, og referer i hovedsak til bloggeren som forfatter av et innhold, som må bestemme hvilke temaer han vil ta opp i bloggen, hvordan det skal presenteres, og generelt hvordan bloggen skal se ut. Bloggeren er her forfatter og produsent, og må velge utseende og innhold på bloggen sin. Denne funksjonen handler om ”identity management” (identitetshåndtering), og kan relateres til det Goffman (1992,1990) kaller fremførelsen av selvet. Gjennom utvelgelsen av visse elementer som tekst og bilde, eller gjennom lenking til andre blogger og nettsteder, vil man automatisk avgi informasjon om seg selv, enten dette er bevisst eller ei. Goffman (1990:14) kaller dette *impressions given* og *given off*, jeg diskuterer dette nærmere i kapittel 2.3.

2.2.3 Nettverk og sosial relasjoner

Det tredje og siste nivået av prosessuelle konvensjoner Schmidt (2007) diskuterer, handler om *nettverking*. Her refereres det primært til bloggeren som en nettverker, som etablerer hypertekstuelle og sosiale relasjoner. Disse består både av semantiske referanser som tilrettelegger for kontinuerlig kommunikasjon, så vel som sosiale referanser for å uttrykke sosiale bånd til andre personer. Både de semantiske og de sosiale referansene kan uttrykkes i form av lenking til, eller kommentarer i, andres blogger. Her er det snakk om ”relationship management” (relasjonshåndtering), og handler mye om hvordan bloggerne forholder seg til det sosiale rommet de befinner seg i, både på - og utenfor nettet. De relasjonene bloggeren inngår i, samt håndteringen av disse, vil også påvirke bloggerens identitet.

Som jeg skrev i kapittel 1.2.2 inndeles blogger i mange ulike kategorier, både hva gjelder tema og format. Slik er bloggsfæren delt opp i mindre felt basert på interesser og tema. Bloggerne må forholde seg til dette sosiale rommet av blogger, som igjen får betydning for bloggerens sosiale relasjoner. Tidligere studier av bloggpraksis har i stor grad fokusert på bloggmediet, men i liten grad undersøkt bloggpraksis som en del av et totalt mediebilde. Det kunne derfor vært interessant å inkludere en større kontekst av sosiale omgivelser og konvensjoner bloggingen befinner seg innenfor, for å si noe om hvorvidt det pågår en gjensidig innflytelse. Denne oppgaven vil derimot nøye seg med å undersøke bloggpraksis som én del av den sosiale konteksten. I denne oppgaven er det interessant å undersøke hvilken

betydning de sosiale relasjonene har for informantene, og videre hvordan bloggerne håndterer den teknologiske og sosiale konteksten de befinner seg i.

Schmidt (2007:1415) peker på to typer relasjoner ved bloggpraksis, *hypertekstuelle* relasjoner i form av hyperlenker på den ene siden, og *sosiale relasjoner* i form av sosiale bånd på den andre siden. Hypertekstuelle relasjoner oppstår gjerne som følge av bloggepisoder, mens sosiale relasjoner i tillegg kan vedlikeholdes utenfor bloggformatet, enten i andre onlinekontekster eller offline (Schmidt 2007:1415). Hypertekstuelle relasjoner vedlikeholdes gjennom hyper- eller permalenker, og har bidratt til utviklingen nettverk av blogger som lenker til, og kommenterer på, hverandre (se kapittel 1.2). De hypertekstuelle relasjonene har også en symbolsk betydning, i det de bidrar til identitetshåndtering, gjennom å vise hvilke andre nettsteder bloggeren lenker til, og dermed avslører noen om bloggerens interesser og tilknytning. Mens hypertekstuelle relasjoner altså kjennetegnes av at de foregår online, kan de sosiale relasjonene også være en del av offlinelivet til bloggerne.

Brake (2007:142) referer til teleologisk (mange-til-mange) kommunikasjon for å beskrive onlineinteraksjon mellom mennesker som ikke tidligere deler bånd fra offlinekontekster. Når det gjelder hvem som inngår i nettverk, viser Haythornthwaite (2002) at de fleste kontaktene folk har på nett er lokale, og består av folk de allerede kjenner fra tidligere kontekster. Dette til tross for potensialet for global og internasjonal nettverking som internett byr på. Livingstone (2008:461) viser til at nisjenettverk ofte er mer geografisk spredd, hvilket også er karakteristisk for den typen blogger som omhandles i denne oppgaven.

Tidligere undersøkelser av sosiale nettsamfunn har vist at mens voksne deltakere finner verdi å i sosialisere med fremmede, er de yngste deltakerne mest opptatt av sosialisere med mennesker de allerede kjenner (boyd 2007a:5). Her vil jeg trekke paralleller til aktørers bruk av bloggen som et verktøy for å holde kontakt med familie og venner (Blood 2002a). Denne siste funksjonen kaller Walker (2000:106-108) et ytre (extrinsic) motiv, i sin diskusjon av personlige hjemmesider. Til tross for at personlige hjemmesider skiller seg fra personlige blogger på mange måter (se kapittel 2.2.4), anser jeg det som fruktbart å trekke visse paralleller mellom disse to digitale sjangrene.

Walker (2000:106-108) skiller mellom personlige hjemmesider som har henholdsvis indre (intrinsic) og ytre (extrinsic) motiver for oppstart, og argumenterer for at de hjemmesidene med ytre motiv ble startet opp som en støtte for offlinelivet, for å holde kontakt med venner og bekjente, og som et oppsamlingssted for informasjon og nettbokmerker. Det forventede publikumet formet her innholdet. Brake (2007:151) kaller denne funksjonen dialogisk blogging, og mener at bloggere som praktiserer denne formen for blogging først og

fremst er ute etter å opprettholde kontakt med et begrenset antall bekjente. De personlige hjemmesidene med indre motiv derimot, ble gjerne startet for å oppnå kontakt med andre nettbrukere, altså et ukjent publikum. Disse sidene ble startet spesifikt for å formidle forfatterens identitet (Walker 2000:107). Motsatsen til dialogisk blogging, teleologisk blogging, antyder derimot et ønske hos bloggeren om å komme i kontakt med mennesker han ikke allerede kjenner (Brake 2007:151).

Det hevdes at vennebegrepet har en svakere posisjon online enn offline, og at sosiale nettsamfunn legger til rette for å bruke vennebegrepet om mennesker man ikke ville kalt venner utenfor nettet (boyd 2007b, 2004). Dette kan forstås i relasjon til Granovetters (1983,1973) teorier om sterke og svake bånd, som diskuterer svake båndes styrke når det kommer til informasjonsflyt og nettverking. Granovetters teorier om sterke og svake bånd kan overføres til bloggspæren, der de sterke båndene enten oppstår i forkant av, eller parallelt med bloggingen, mens de svake båndene ofte kun eksisterer innenfor bloggrammen (Schmidt 2007:1417).

Som tidligere nevnt, kan lenker mellom blogger forstås som broer i et nettverk av svake forbindelser, da de fungerer som forbindelser mellom bloggere som ikke ville kommet i kontakt med hverandre utenfor nettet (Granovetter 1973). Videre kan det å få mange innkommende lenker, eller mange kommentarer i kommentarfeltet på bloggen, fungere som en indikator på at man er spesiell og populær, og at man tilhører et sterkt nettverk (se bl.a. boyd 2005; Donath og boyd 2004). Det ligger mye styrke nettopp i å høre til et nettverk, også fordi det legitimerer og bekrefter aktørens identitet (boyd 2004). Slik vil det å presentere seg selv som en blogger med mange lenker og forbindelser, eller mange kommentarer og tilbakemeldinger fra lesere, være en måte å presentere seg som populær på. For denne oppgaven er det interessant å undersøke hvilken betydning kommentarer har for selvrepresentasjonen, samt hvorvidt sosiale relasjoner har oppstått som en konsekvens av bloggingen. Mer overgripende vil jeg også undersøke om nye og eksisterende relasjoner har betydning for hvordan selvrepresentasjonen håndteres i bloggen.

2.2.4 Bloggen som sjanger for selvrepresentasjon

Sjangeranalyse handler om å klassifisere visse typer kommunikasjon basert på form og innhold (Herring et al 2004). Sjanger-teori hevder at når en type diskurs eller kommunikativ handling får et eget navn, og bygger på en spesifikk form og innhold innenfor en gitt kontekst

eller samfunn, så er det et godt tegn på at det fungerer som en sjanger (Miller & Shepherd 2004:1).

Den personlige hjemmesiden hevdes å være den første rene webbaserte sjangeren (Herring et al 2004), og regnes av mange som forgjengeren til den personlige bloggen. Herring et al (2004) har foreslått at blogger ikke verken er unike eller fullstendig avledet fra offlinesjangre, men at de heller utgjør en hybridsjanger som bygger på flere ulike kilder, deriblant personlige hjemmesider på internett og skrevne dagbøker. Det som skiller blogger fra andre typer digitale sjangre for selvrepresentasjon, er blant annet muligheten for dialog og interaktivitet. Mens blogger forstås som dynamiske konstruksjoner, ble de personlige hjemmesidene ansett for å være statiske presentasjoner av sin forfatter (Miller & Shepherd 2004). Blogging krever mindre teknisk innsikt og programmeringskompetanse enn de personlige hjemmesidene forutsatte, og slik illustrerer bloggen hvordan nye sjangre dannes som følge av teknologisk utvikling (Herring et al 2004). Som jeg skrev i kapittel 1.2.2, finnes det ulike typer blogger. Denne oppgaven tar for seg et utvalg personlige blogger, som det kan hevdes ligner på en papirdagbok. Melberg (2007) trekker paralleller mellom bloggen og de tidligere litterære dagbøker, fordi de begge i stor grad inviterer til selvframstilling, selvpresentasjon og selvkonstruksjon.

Det karakteristiske ved dagboken som sjanger, er at den skrives i nåtid om nåtid, den er seriell og refererer til forfatterens egne opplevelser og erfaringer (Miller & Shepherd 2004:11). Steinitz (1997 i Miller & Shepherd 2004) nevner to typer dagbøker, der appellen til den første er at den gir et innblikk i historien, mens den andre, som er av større interesse her, portretterer et selv. Disse to typene dagbøker minner om de to typene blogger som Blood (2002b) nevner; de som har et eksternt fokus på informasjonstilgang, og de som har et internt fokus på avsløring eller karakterutvikling (Miller & Shepherd 2004:11).

Bloggen kan forstås som et tilfelle av det Bolter og Grusin (1999) kaller remediering, der trekk ved gamle medier gjenskapes i nye medier, hvis vi ser på den personlige bloggen som en remediering av dagboken. Hovedforskjellen mellom en nettdagbok og en papirdagbok er at mens en papirdagbok ikke nødvendigvis er skrevet for å bli lest av andre, så er en nettdagbok, eller en personlig blogg, tilgjengelig for alle med internettilgang. Miller og Shepherd (2004) diskuterer hvorvidt dagboken er en offentlig sjanger, og skriver at spørsmålet om publikum er relevant også for dagboksjangeren. Mallon (1984:66 i Miller & Shepherd 2004:11) hevder at "writing-for-self does not exist in any real sense", fordi all tekst er intendert for et publikum annet enn aktøren som skriver det. Selv om de fleste personlige blogger er skrevet for allmenn lesing, er det også mange blogger som har begrenset adgang

gjennom passordbeskyttelse. Akkurat som dagboken er en uferdig form, er bloggen også en dynamisk konstruksjon. Rasmussen (2003) hevder at websiden ikke er så mye en presentasjon som midlertidige versjoner og revisjoner i det han kaller ”en pågående refleksiv selvrepresentasjonsprosess”, og med dette utgangspunktet vil jeg hevde at blogger er prosesser heller enn produkter.

En karakteristikk ved bloggen er at den forteller en episodisk historie som kan bære preg av å være fragmentert og i konstant utvikling (Scheidt 2006). En blogg er en fortelling, ofte plotbasert, selv om den er fragmentert og oppstykket i formen. Som leseren får man en hel masse informasjon og opplysninger om og av bloggeren, som man selv må sette sammen til et hele. Narrativene i en blogg er implisitte, fordi de ikke skisseres opp i store trekk, men er mer underliggende og subtile, og det forutsettes at leserne selv klarer å fylle inn de tomme feltene, med informasjon som er tilgjengelig andre steder på bloggen, slik at alle bruddstykkene settes sammen til et hele, til en fortelling.

These fragments, pieced together over months, can provide an unexpectedly intimate view of what it is to be a particular individual in a particular place at a particular time (Blood 2002b:13).

Blogger har, i likhet med fortellinger, en plotstruktur med begynnelse, midt og slutt. Begynnelsen er der bloggeren startet bloggen, og slutten der bloggen legges ned. Slik kjennetegnes blogger av at de ikke er statisk, men heller dynamiske og under stadig utvikling. boyd (2006a:11) argumenterer for at dersom bloggen konseptualiseres som et medium i stedet for en sjanger, er det mulig å se hvordan blogger ligner mer på papir enn på dagbøker. Hun hevder det ikke er innholdet som definerer blogger, men heller rammeverket og formatet man kan uttrykke seg gjennom. Medier er fleksible, i stadig utvikling og tilrettelegger for ulike typer uttrykk (boyd 2006:11), og det samme kan sies å være gyldig for blogger. med rot i dette argumentet er det mulig å se bloggen som et medium, mens de ulike bloggtypene er sjangre. Jeg velger likevel i denne oppgaven å diskutere bloggen som en sjanger, fordi mange av konvensjonene for hva som karakteriserer en god blogg går på tvers av bloggtype.

Selvrepresentasjonen på internett er formet av det forumet den fremstår i. Den tilgjengelige bloggteknologien vil kunne føre til et misforhold mellom det ønskede og det faktiske uttrykket, ved at det utseendet man ønsker å ha på bloggen ikke lar seg forene med de faktiske mulighetene man har tilgjengelig. Flere forskere diskuterer hvordan det teknologiske rammeverket, i dette tilfellet bloggverktøyet, vil legge føringer på den uttrykte selvrepresentasjonen (Bratteteig 2008:271; Schmidt 2007:1421; boyd 2006a:12). Slik vil

mediering alltid innebære en form for begrensning, så vel som muliggjøring (Wertsch et al 2005:24-25 i Erstad & Wertsch 2008:26). Med andre ord, nye muligheter vil også føre med seg nye begrensninger. Bloggen tilbyr aktører en ny måte å drive selvrepresentasjon på, men legger samtidig føringer på utfallet.

2.3 Goffmans presentasjon av selvet

Jeg er i denne oppgaven interessert i å undersøke hvorvidt Erving Goffmans teorier om fysisk ansikt-til-ansikt-interaksjon kan applikeres på digitale selvrepresentasjoner i den personlige bloggen. Goffman benytter dramaturgiske begrep og rammeverk for å vise at vår oppførsel i ulike sosiale situasjoner kan minne om den opptreden som foregår på en teaterscene, og i følge Goffman er det ulike forventninger til opptreden i ulike situasjoner. Disse forventningene er knyttet til ulike rollefremførelser, der normer og konvensjoner sier noe om hvilken oppførsel som kan forventes (Goffman 1990:27-35). Forestillingen om et essensielt selv må i følge Goffman måles opp mot individers tendens til å ikle seg roller for å svare til forventninger i gitte og fastlagte situasjoner (Lewis 2002:65-66). Her er det med andre ord ikke snakk om autentiske selv, men en evne til å best mulig forstå de konvensjoner som følger de gitte sosiale roller og kontekster. Goffman (1992,1990) kaller dette presentasjonen av selvet.

Blogging foregår i et sosialt miljø, der bloggeren hele tiden må tilpasse seg situasjoner og kontekster. Fordi det eksisterer sosiale rammer som legger føringer på individets selvrepresentasjon, anser jeg det som fruktbart å benytte Goffmans teorier om fremførelse av selvet også når det gjelder bloggpraksis, da jeg har en antakelse om at bloggerne hele tiden må forholde seg til de gjeldende konvensjonene som tilhører bloggpraksis. En rolle er ”det på forhånd fastlagte handlingsmønster som utfolder seg under en opptreden, og som kan presenteres eller spilles også ved andre anledninger” (Goffman 1992:22). I følge Goffman er det svært viktig at man *tror på* og går inn i den rolle man spiller for at man skal virke troverdig. Jeg vil i analysen undersøke hvor opptatte bloggerne er av å formidle et autentisk bilde av seg selv i bloggen, og hvorvidt en troverdig rollefremførelse er en del av dette bildet. En aktør som tror på den rollen han spiller oppfattes som oppriktig, mens det motsatte av en oppriktig rolleinnelevelse er kynikeren. Kynikeren bryr seg i liten grad om hvordan han oppfattes av publikum, og tror ikke på rollen han spiller. Dessuten er kynikeren ofte interessert i å styre sitt publikums overbevisning kun i egen vinnings formål, som et middel for å nå andre mål (Goffman 1992:24-25). I min analyse kan graden av rolleinnelevelse peke

på hvilke mål bloggere har med sin praksis, og hva de ønsker å oppnå. I analysen vil det være interessant å undersøke om bloggerne fremfører rollene sine som oppriktige eller kyniske bloggere.

Motivasjonen aktøren har for å blogge kan legge føringer på selvrepresentasjonen. Jeg vil i kapittel 4.2.3 og siden igjen i kapittel 5, se på hvilke motiver informantene i denne undersøkelsen har for å blogge, og hvordan disse motivene strukturerer selvrepresentasjonen. Goffman mener at mennesker i interaksjon med andre vil alltid forsøke å styre det inntrykket andre får av en, og denne selvrepresentasjonen er en daglig, gjentakende forhandlingsprosess. Begrepet "Impression Management" viser til at aktøren i omgang med andre aktivt prøver å påvirke deres oppfatning av aktøren i den retning han eller hun ønsker det, og slik anser Goffman individet for å være svært selvbevisst. Goffman peker på at et individs personlighet består av mange sider, og at aktøren vil avdekke ulike sider til ulike mennesker i ulike situasjoner (Layder 2006:80). Selvrepresentasjonen får dermed ofte et manipulerende preg i Goffmans øyne, og rollefremførelsene bærer i liten grad preg av å være autentiske selvrepresentasjoner. Dette peker på at man alltid forsøker å skape et bilde av seg selv, å gi en selvrepresentasjon, enten man er bevisst på det eller ikke. Individet vil slik både *gi* - og *avgi* informasjon om seg selv, og begge typer kommunikasjon er med på å påvirke inntrykket andre gjør seg av en. Som jeg har diskutert tidligere, er det mye informasjon vil komme til syne i en blogg bare ved å se på bilder og hvilke tegn som kommer til uttrykk, og uavhengig om det er aktørens mål eller ikke, vil tilhørighet til nettverk eller samfunn fungerer som identitetsillustrasjoner (Rasmussen 2003; Walker 2000). Alle blogger har et synspunkt og et utgangspunkt, og selv de bloggene som ikke gir noen særlig informasjon om forfatteren, vil avgi et detaljert kart over forfatterens tanker (Blood 2002a:xii).

I denne oppgaven vil jeg undersøke om bloggen kan forstås som et område der dramatikken utspiller seg, og bloggeren fremfører sin rolle som en god og oppriktig, eller dårlig og kynisk, blogger. Et område kan defineres som et hvilket som helst sted som i en viss utstrekning blir innhegnet av hindringer for vår oppfattelse (Goffman 1992:92) og Goffman skiller i sin områdeteori mellom front og back stage, fasade- og baksideområde¹³. Det stedet der selve opptreden fremføres kan det være hensiktsmessig å benytte fasadebegrepet (front stage) om, mens baksideområdet (back stage) er det som er unnlatt publikums oppmerksomhet. Fasade omtales som den delen av en persons opptreden som fremtrer på en fastlagt og generell måte, på en måte for å gjøre det enklere for de som ser på å definere

¹³ Med Goffman 1992 henviser jeg til den norske oversettelsen av *The presentation of self in everyday life*. De spesifikke begrepene er altså ikke oversatt av meg, men av oversetteren, med mindre annet er oppgitt.

situasjonen. Sosial fasade kan videre deles inn i henholdsvis kulisser, ytre og manerer. Jeg fokuserer i svært liten grad på denne tredelingen i min diskusjon. ”Fasade er altså uttrykksmidler av en fastlagt type som bevisst eller ubevisst tas i bruk av en person under opptreden” (Goffman 1992:27). Personlig fasade er det vi identifiserer med personen selv, og som vi forventer vil følge med han hvor hen han går (Goffman 1990:34).

Det er viktig å huske at fasade- og baksideområder har ulike funksjoner i forhold til den bestemte opptreden, skriver Goffman (1992:108). Jeg vil her trekke paralleller mellom henholdsvis baksideområdet og det private på den ene siden, og fasadeområdet og det offentlig på den andre. Dette betyr at den rollen man spiller i fasadeområdet gjerne kan motstrides av den rollen man utspiller i baksideområdet, fordi man tar på seg ulike roller i privat og offentlig sammenheng. Hvilken rolle man tar på seg påvirkes også av det forventede publikumet, slik at det i en blogg kan være aktuelt å se for seg hvem som kommer til å lese bloggen før man skriver noe. Tidligere studier har vist at det antatte publikum former opptreden på internett, og at aktører i stor grad konseptualiserer et innbilt publikum de opptre for (boyd 2007a:14). I analysen vil jeg benytte Goffmans områdeteori til å undersøke hvorvidt bloggen kan forstås som fasade- eller baksideområde, og videre til å si noe om hvem informantene selv mener de opptre for. Hvorvidt bloggen forstås som informantenes fasade- eller baksideområde, kan bidra til å svare på i hvor stor grad informantene er opptatte av at bloggen formidler et autentisk bilde av dem selv.

De faste rammene og meningsbærerne innenfor fasadeområdet kalles kulisser, og ”innebefatter møbler, utsmykning, innredning og annen bakgrunn som danner scenearrangementet og staffasjen for den strøm av menneskelige handlinger som utspilles foran, i eller på dem” (Goffman 1992:27). Kulissebegrepet kan benyttes for å si noe om faste former og rammer på internett, her uttrykt gjennom bloggformatet. Schmidt (2007) hevder, som jeg diskuterte i kapittel 2.2.2, at en bloggepisode består av tre gjentakende elementer som både legger føringer på, og samtidig former, uttrykket. Slik vil bloggens utseende kunne påvirke den synlige selvrepresentasjonen. Jeg kommer ikke til å analysere selve bloggens utseende og ulike elementer, men vil i analysen diskutere informantenes *oppfatning av* layouten og designets betydning.

Personer som samarbeider om å fremføre en enkel rutine, utgjør et lag, og Goffman (1992:72-73) skriver at dette begrepet kan hjelpe oss til å forestille oss opptredener der det er mer enn én opptredende aktør. Lagbegrepet er relevant for å analysere nettverk og sosiale relasjoner bloggere inngår i, fordi lagbegrepet beskriver hvordan en gruppe individer jobber sammen i en opptreden mot et felles mål. Samarbeidet manifesteres i oppførsel eller

fordelingen av ulike roller for hvert individ, som blir fastsatt i tråd med lagets ønskede mål. Meyrowitz (1985:55) bygger på Goffmans (1992,1990) begrep lag, og hevder at medlemmer av samme gruppe har en tendens til å dele samme rolle, eller til å fremme samme type opptreden. Bloggsfæren er et eksempel på slike lag som samarbeider om en opptreden, både som et generelt felt, men også som mindre nisjepregede nettverk. Slike ”communities of practice” består av grupper aktører som deler visse rutiner og felles forventninger om bloggpraksis som et verktøy for informasjons-, identitets- og relasjonshåndtering (Schmidt 2007:1419). Både gjennom kommentarer og lenking til hverandre opprettholder bloggerne en relasjon seg i mellom. De deler samme rolle, bloggerrollen, med tilhørende normative konvensjoner og oppfatninger om hvordan rollen skal og bør fylles, avhengig av hvor i diffusjonsprosessen de befinner seg.

I artikkelen ”Where the action is” fra 1967, som finnes i boken *Interaction Ritual* (2005), kommer Goffman nærmere inn på hvordan enkelte individer frivillig utsetter seg for risikofylte situasjoner, for å fullende sin identitet. Dette perspektivet er det interessant å trekke over til bloggpraksis, for å undersøke om informantene i min undersøkelsen har opplevd konsekvenser som følge av sin blogging. Goffmans (2005) begrep risiko diskuterer hvordan enkelte aktører er villige til å utsette seg for risikofylte situasjoner, som et middel for å oppnå et høyere mål. I denne forbindelse er det aktuelt å se på informantenes motivasjon for å blogge, og videre om de eventuelle ønskene om å oppnå noe endres som følge av negative konsekvenser.

Som jeg har diskutert over, har Goffman (1992,1990) ingen tro på autentiske selv, i det han anser fremførelsen av selvet for å være en manipulerende prosess der aktøren søker å påvirke det bildet andre gjør seg av han. Goffman (1992,1990) bruker selv begrepet *presentasjon* av selvet, til tross for at han diskuterer hvordan aktører kan lære seg hvordan en rolle skal fremføres gjennom øving og tilpasning etter sanksjoner. Dette er hva jeg vil kalle en representasjon av selvet, nettopp fordi det er en aktiv og reflektert handlingsprosess. Jeg ser derfor ingen motsetning mellom det Goffman (1992,1990) beskriver som *presentasjon* av selvet, og det jeg kaller *selvrepresentasjon*.

2.3.1 Presentasjon av selvet på internett

Jeg benytter i denne oppgaven Goffmans teoreier om ansikt-til-ansikt-interaksjon, for å trekke vekslers på bloggpraksis. Én interaksjon definerer Goffman (1992:22) som ”den gjensidige innflytelse personer har på andres handlinger når de befinner seg i deres umiddelbare fysiske

nærvær”, og jeg bruker interaksjonsbegrepet om blogging, som en relasjon mellom blogger og leser. Selve aktiviteten å poste et innlegg vil være en opptreden, den virksomhet ”én bestemt deltaker utfolder ved én bestemt anledning, og som på en eller annen måte får innvirkning på de andre deltakerne” (Goffman 1992:22).

Friedlander (2008) hevder at mens det tidligere var et klart skille mellom det private og det offentlige selvet, har vi nå å gjøre med et mer utforskende selv. Dette kan settes inn i en større sammenheng, da vi generelt har større og mer tilgang til baksideområdet nå enn tidligere, blant annet som en følge av elektroniske mediers inntreden. Meyrowitz (1985:320) viser til at grensene mellom *her* og *der* i stadig større grad viskes ut, og som et resultat får vi færre ulike sosiale settinger. Videre hevder Meyrowitz (1985:320) at mange mennesker avslører aspekter ved seg selv som en gang var skjult, som et resultat av at det nå er vanskeligere å holde denne typen baksideinformasjon skjult og hemmelig. For å si det på en annen måte, er det nå så mye tilgjengelig informasjon om oss, at selv det private blir offentlig. Ved å offentliggjøre livets baksideområde, har elektroniske media nå gjort det vanskeligere for oss å fremføre de tradisjonelle rollene, fordi områdegrensene er så vage. Man kan være ansvarlig bedriftsleder på dagtid, og gå på fest om kvelden. Dette er for så vidt ingenting nytt. Det som derimot er nytt, er at de ansatte nå kan kikke innom bloggen eller facebookprofilen til sjefen, og dermed få innblikk i hennes privatliv og det profesjonelle baksideområdet. Man ønsker ikke nødvendigvis å formidle samme type informasjon til alle sine digitale bekjenskaper, hvilket kan bli et problem når informasjonen settes i system og vises fram offentlig. Resultatet av disse strukturelle og systematiske endringen er en form for *sosial konvergens*, der ulike sosiale kontekster smelter sammen (boyd 2008:18).

Meyrowitz (1985:311) hevder at det ikke lenger er klare skiller mellom de tradisjonelle rollene, og at det med internett har oppstått en ny midtregion, der deler av de tradisjonelle rollene kombineres med nye handlingsmåter, som det igjen er knyttet egne forventninger og følelser til. Krogstad (2007:197) kaller oppførselen i denne midtregionen for midtsценeprofilering. Det er i liten grad snakk om ny informasjon eller oppførsel, men heller at informasjon og oppførsel bringes inn på nye arenaer, på nye måter. Meyrowitz (1985:47) argumenterer for at dette nye midtområdet oppstår når medlemmer av publikum inntar et ”sidesceneblikk”, hvilket innebærer at de får tilgang til deler av baksideområdet, samtidig som de har innblikk i ”on stage”-forestillingen. Med andre ord, de ser utøveren forflytte seg mellom fasadeområde og baksideområde. Dette argumentet er relevant i forhold til personlige blogger, der hele praksisen bygger på denne vekslingen mellom fasade- og baksideområdet.

Poenget med de personlige bloggene er å gi leserne et innblikk i baksideområdet, samtidig som man opprettholder en sosial fasade.

Tidligere forskning diskuterer hvordan identitet og interaksjon kommer til syne i personlige hjemmesider, og argumenterer for at disse hjemmesidene alltid sier noe om sin forfatter, enten det er bevisst eller ei (Rasmussen 2003; Walker 2000; Chandler 1998). Dette argumentet kan overføres til blogger, der hvilke andre blogger og nettsteder en forfatter lenker til, kan si noe om hva denne forfatteren ønsker å identifiseres med, både hva gjelder temaer og andre bloggere. Et av særtrekkene ved bloggen er også muligheten for interaktivitet, der leserne kan legge igjen kommentarer i bloggen, og dermed påvirke det bildet som dannes av bloggerens identitet. Goffman (1992:37) anslår at aktører har tilbøyeligheter til å gi iakttagere et inntrykk som på mange måter er idealisert, gjerne for å oppnå et mål. "Identity creation involves both an image displayed to others and an idealized self visualized by the actor" (McCall & Simmons 1978 i Walker 2000:102). Denne idealisering er det gjerne ikke mulig å gjennomføre i det daglige, mens det derimot er gjennomførbart på bloggen, eller på de personlige hjemmesidene som Walker (2000) diskuterer. Clark (2009) argumenterer for at det med internett ikke lenger bare er forfatteren som er involvert i konstruksjonen av fortellingen, og at det derfor kan være vanskelig for bloggeren å gjennomføre noen form for idealisering av sin egen person fordi det snart vil avsløres og gjennomskues.

2.4 Kontrollert lekestue eller sosialt konstruert virkelighet?

I likhet med Brake (2007) søker denne oppgaven å forstå bloggpraksis i krysningspunktet mellom forlengelse av eksisterende praksiser og nye former for kommunikasjon. Denne oppgaven diskuterer hvordan bloggen gir aktøren en mulighet til å håndtere sin identitet og sin selvrepresentasjon, samtidig som det er knyttet visse utfordringer til det å fremstille seg på internett, slik at blogging kan føre til konsekvenser for aktørene. I analysen og diskusjonen vil det være interessant å undersøke i hvor stor grad bloggerne er opptatt av å representere et autentisk bilde av seg selv, og videre hvordan de håndterer de konsekvensene som potensielt oppstår.

boyd (2007a:7-9) diskuterer hvordan mennesker som er bundet sammen gjennom teknologiske nettverk kan forstås som *networked publics*, én type mediert offentlighet. Det som skiller denne typen offentlighet fra andre medierte- og umedierte offentligheter, har å gjøre med fundamentale forskjeller i arkitekturen, som igjen påvirker sosial interaksjon. Mens

man i umedierte omgivelser kan se hvem man interagerer med, er det på internett vanskelig å få en oversikt over sitt publikum. boyd (2007a:9) nevner fire aspekt der sosialisering på internett skiller seg fra ansikt-tilansikt-interaksjon; henholdsvis *persistence*, *searchability*, *replicability* og *invisible audiences*. For denne oppgaven er disse aspektene relevante blant annet for å kunne svare på hvilke konsekvenser bloggingen har ført til for bloggerne. Det første aspektet viser til nettets vedvarende natur, i det informasjon man poster på nettet blir lagret slik at man etterlater seg en *digital trail* av dokumentasjon (Clark 2009). Søkbarhet handler om at det er enkelt å finne igjen digitale spor og avtrykk man har etterlatt seg. Fordi informasjon lagres, gjør søkemotorer det lett å finne likesinnede gjennom søk på spesifikke identitetsmarkører. Det tredje aspektet, replikasjon, handler om at det er enkelt å ta informasjon ut fra sin originale kontekst og sette den inn i en ny, slik at meningsinnholdet endres og forfatteren mister kontroll over uttrykket. I motsetning til i den umedierte offentligheten, er det nærmest umulig å få oversikt over hvem som kan overhøre vår kommunikasjon på internett. Det siste punktet, som handler om usynlige publikum, peker på at gjennom de tre første aspektene kan vår internettkommunikasjon plukkes opp på et helt annet sted, til en helt annen tid, av et helt annet publikum, enn det som originalt var intendert. Brake (2008:291-292) skiller i en undersøkelse av MySpace mellom intenderte og uintenderte lesere, og hvordan dette legger føringer på selvrepresentasjonen. Om personlige hjemmesider og det privates plass i det offentlige rom, hevder Rasmussen (2003) at aktørene henvender seg til de som ønskes som lesere. Dette kan være problematisk dersom man skriver ting som potensielt ikke burde vært offentliggjort for de faktiske leserne. boyd (2007a:14) fant derimot ut i en av sine studier at det antatte publikumet faktisk former interaksjon på internett, og at aktører i stor grad opptrer for et innbilt publikum. Hine (2000:136) skriver at det forestilte publikummet gjør fremførelsen av autenticitet til en viktig aktivitet for aktører på nett. I denne oppgaven vil det være interessant å undersøke hvorvidt informantenes forestilte publikum legger føringer på hvordan de fremstiller seg i bloggen, og hvordan selvrepresentasjonen håndteres når man ikke vet hvem som potensielt leser bloggen.

Denne oppgaven søker å si noe om individers oppfatning om det å representere seg selv gjennom medier, i dette tilfellet i en blogg på internett. For utvalget i denne undersøkelsen innebærer dette at de må forholde seg både til bloggteknologien, samt det sosiale rommet bloggingen foregår i. Goffman (1992,1990) argumenterer for at individer trer inn og ut av roller, og slik kan tilpasse seg de ulike sosiale situasjonene de befinner seg i. Det interessante ved interaksjon på internett er nettopp den utfordringen det ligger i å *ikke* vite hvem man representerer seg for. Goffmans teorier om vårt rollespill til daglig sier noe om

hvordan man interagerer med et synlig publikum, og jeg vil i denne oppgaven undersøke om disse teoriene kan appliseres også når man ikke vet hvem man opptrer for. For å utvikle ny innsikt på dette feltet, vil jeg kombinere Goffmans (2005,1992,1990) teorier med Schmidts (2007) tre strukturelle dimensjoner ved bloggpraksis. Schmidt (2007) argumenterer for at hver bloggepisode består av et gjentakende mønster, der konvensjoner, relasjoner og koder strukturerer det synlige bildet av aktøren i bloggen. Jeg vil benytte denne teorien til å si noe om hvilke føringer de sosiale og teknologiske forbeholdene legger på selvrepresentasjonen i bloggen, hvilken motivasjon aktører har for å presentere seg selv på internett på denne måten, og til slutt hvordan aktørene forholder seg til de konsekvensene som kan oppstå som følge av bloggingen.

3 Metodisk tilnærming

Formålet med analysen i denne oppgaven, er å undersøke hvordan aktører håndterer selvrepresentasjon i sin personlige blogg. I henhold til problemstillingen ønsker jeg å finne ut hvor opptatte aktørene er av at bloggen gir et autentisk bilde av hvem de er, hvilken motivasjon aktørene har for å representere seg selv i bloggen, samt hvilke konsekvenser som har oppstått av blogging, på - og utenfor nettet. For å kunne belyse disse problemstillingene har jeg vært nødt til å ta visse metodiske avgjørelser og avgrensinger.

Tove Thagaard (2003:14) skriver at systematikk og innlevelse er viktige stikkord i kvalitativ metode. Mens systematikk handler om viktigheten av at forskeren har et reflektert forhold til beslutninger som tas i løpet av forskningsprosessen, er innlevelse viktig for å oppnå forståelse (Thagaard 2003). I forhold til denne oppgaven henger graden av innlevelse sammen med graden av interesse for temaet. Jeg valgte å undersøke bloggbruk fordi det er et tema som opptar og interesserer meg, og min innlevelse i prosjektet er på denne måten sikret. Jeg vil i dette kapittelet redegjøre for hvordan jeg har forholdt meg til innsamling og bearbeiding av datamaterialet, samt reflektere over de beslutningene jeg har tatt underveis.

3.1 Valg av metode for datainnsamlingen

Utviklingen av nye medier har ført til at mediebrukere i økende grad også får en produsentrolle, gjennom konstruksjon av hjemmesider, blogger eller ved digital redigering av fotografier (Gentikow 2005:20). Med rot i dette argumentet, ser jeg på informantene i denne undersøkelsen både som produsenter og brukere av medierte selvrepresentasjoner på nettet. Fordi kvalitativ metode anses for å være velegnet for å få innsikt i sosiale fenomener slik de forstås *av de personene forskeren studerer*, var det naturlig for meg å gjennomføre kvalitative dybdeintervju for undersøke hvordan aktørene selv forstår sin bloggpraksis (Thagaard 2003:11, min kursiv). Jeg hadde i utgangspunktet også tenkt å gjøre en innholdsanalyse av blogginnlegg, men dette gikk jeg bort fra. Det skyldes til dels at jeg fikk nok informasjon i de kvalitative intervjuene, til dels at det ville blitt utfordrende i forhold til personvern. En annen grunn til at jeg utelot innholdsanalyse er at bloggere er ujevne i sine oppdateringer, slik at det kunne blitt skjevhet i datagrunnlaget.

Kvalitativ forskning regnes ofte for å være induktive studier, der de analytiske funnene i stor grad legger føringer på utfallet av den teoretiske diskusjonen og man trekker slutninger fra det enkelte til det allmenne (Gentikow 2005:40; Thagaard 2003:169; Østbye, Helland,

Knapskog & Larsen 2002:87). Som Gentikow (2005:40) påpeker innebærer kvalitative studier også en form for deduksjon, da man som forsker alltid vil ta med seg en forståelseshorisont og en forforståelse inn i forskningsprosessen. Denne oppgaven er det Østbye et al (2002:110) kaller en abduktiv studie, ”der det foregår en vekselvirkning mellom empiriske observasjoner og teoretisk begrepsfesting og –utvikling”. Slike studier kjennetegnes av hermeneutiske prosesser, der del og helhet hele tiden virker inn på hverandre og bidrar til meningsutvikling. I den abduktive forskningsprosessen foregår det konstant et vekselspill mellom teori, analytiske begrep, forståelser og empiriske observasjoner (Østbye et al 2002: 110).

For meg betydde det at jeg på forhånd hadde visse antakelser om hva jeg ville undersøke, samt en forestilling om hvilken teori jeg ville bruke i diskusjonen. Før jeg gikk i gang med datainnsamlingen satt jeg meg grundig inn i eksisterende forskningsresultater og teori, for å utvikle en forforståelse for feltet. Leiulfsrud og Hvinden (1996:221 i Gentikow 2005:137) foreslår at forskeren bør forsøke å pendle mellom et nedenfra- og et ovenfra-perspektiv i analysen. Som ofte skjer i empiriske undersøkelser, måtte jeg revurdere teorivalget mitt underveis, ettersom det pekte seg ut andre mønstre i materialet enn jeg hadde forutsett.

3.1.1 Kvalitative intervjuer

Intervju anses som en god måte å skaffe seg ekte og autentisk kunnskap på, fordi det gir adgang til aktørenes egne erfaringer, med deres egne ord (Gentikow 2005:45; Ryen 2002:16). Autentisitet er et viktig perspektiv i denne oppgaven, og kapittel 4 og 5 diskuterer jeg det autentiskes plass i selvrepresentasjon. Ansikt-til-ansikt-intervju regnes for å være den klassiske og foretrukne intervjuformen innenfor kvalitativ metode (Gentikow 2005:84), men Sveningsson, Lövheim og Bergquist (2003:91) argumenterer for at kvalitative intervju gjerne kan gjennomføres over nettet, dersom forskningsobjektet finnes på Internett. Det er selvfølgelig ikke mulig å få et representativt utvalg ved å gjøre datainnsamlingen over nettet, fordi man kun vil fange nettkyndige og aktive brukere. Fordi jeg i denne undersøkelsen ville undersøke nettopp aktive nettbrukere anså jeg e-postintervju som et vel så godt alternativ som ansikt-til-ansikt-intervju. Markham (1998:86) skiller mellom bruk av internett som et verktøy, et sted eller en væremåte. For meg var valget om å bruke e-post som innsamlingsmåte for data et verktøy for kommunikasjon som muliggjorde og forenklet forskningsprosessen, da det ga meg mulighet til å komme i kontakt med bloggere over hele landet, og ikke kun de som befant seg i min umiddelbare geografiske nærhet. Bosted utgjør ingen variabel i min undersøkelse,

men at informantene kunne befinne seg andre steder i landet gjorde utvalgsmulighetene større enn de ville vært om jeg måttet holdt meg i nærområdet. E-postintervju krever også mindre planlegging i forhold til møtested og – tid, enn det et ansikt-til-ansikt-intervju gjør (Sveningsson et al 2003:92; Ryen 2002:252). Fordi mine intervjuer ble gjennomført sommeren 2008, en periode da mange var bortreist, var det hensiktsmessig å benytte e-post, da denne innsamlingsmåten ikke er avhengig av tid og rom.

Jeg velger her å kalle mitt datamateriale for intervjuer, selv om de formatmessig ligner mer på en enquête. Enquête brukes om intervjuer der spørsmål og svar avgis skriftlig (Østbye et al 2002:134). Jeg utformet en spørreliste på 33 spørsmål som jeg sendte alle informantene. I tillegg til dette sendte jeg oppfølgingsspørsmål til noen av informantene på e-post i etterkant. Fordelen med en slik spørreliste er at svarene er sammenliknbare, fordi alle informantene har svart på de samme spørsmålene. Akkurat som noen uttrykker seg bedre muntlig enn skriftlig, er det for andre helt motsatt (Sveningsson et al 2003; Ryen 2002:254). I og med at mitt forskningsobjekt er nettopp aktører som representerer seg skriftlig, anser jeg ikke den skriftlige kommunikasjonen som et problem. Informantene i denne oppgaven er nettbrukere som flittig anvender nettet til å uttrykke seg skriftlig så vel som visuelt, og slik vet jeg allerede at informantene mine ikke har nevneverdige problemer med å uttrykke seg skriftlig. Gentikow (2005:45) skriver at fortellinger er særlig ettertraktet som datamateriale, fordi de blant annet uttrykker erfaringer i sammenheng. Slik kan man også få tilgang til uoppfordrede ytringer, som kan føre forskeren inn på temaer hun kanskje ikke hadde tenkt over på forhånd. Jeg tok sikte på å få størst mulig innsikt i informantenes definisjon og meningsdanning av fenomenet, og ba informantene om å fortelle med egne ord. Slik fikk jeg lange, sammenhengende svar som lignet fortellinger, og ikke bare korte formuleringer. Ved å begynne med åpne spørsmål håpet jeg å sette i gang refleksjonen hos informantene, slik at de senere var i stand til å svare på mindre konkrete spørsmål. Selve spørsmålene formulerte jeg slik at de i minst mulig grad skulle oppfattes som ledende og flertydige. Jeg prøvde også å unngå spørsmål som tok opp flere temaer på en gang.

At informantene selv skriver ned dataen gjør både at man får direkte tilgang til deres egne fortellinger, samtidig som man slipper å bruke tid på transkribering i og med at datamaterialet allerede er nedskrevet av informantene (Brinkmann & Kvale 2009:149; Ryen 2002:255). Sveningsson et al (2003) argumenterer for at selv om man går glipp av prosessen med å transkribere intervjumateriale, som også er en analyseprosess i seg selv, får man sannsynligvis gjennomtenkt og reflekterte svar tilbake fra informantene. Ved å sende ut spørsmålene i et Word-dokument som et vedlegg til e-posten ga jeg informantene mulighet til

selv å velge når de ville svare. Dette er en fordel ved e-postintervju, da det gir rom for gjennomtenkte og valide svar, ved at informantene får tid til å reflektere over spørsmålene før de svarer (Gentikow 2005:104; Ryen 2002:254).

3.2 Utvalg og rekruttering

Jeg har gjort et strategisk utvalg der jeg har valgt ut informanter som innehar de egenskapene og kunnskapene som er strategisk for å svare på problemstillingen (Thagaard 2003:53). Jeg leste en mengde blogger jevnlig over en lengre periode før jeg bestemte meg for et informantutvalg. Også underveis i prosessen har jeg lest blogger, og spesielt har jeg fulgt informantenes blogger. Dette har jeg gjort for å skaffe meg et oversiktlig og helhetlig bilde av bloggerne og deres praksis, men jeg har ikke inkludert innhold fra bloggene i oppgaven.

I utvelgelsen har jeg lagt vekt på visse kriterier, men selve utvalget er tilfeldig og på ingen måte representabelt for sjangeren personlige blogger (se kapittel 1.2.2.1). For at bloggerne skulle være aktuelle, måtte de potensielle informantene være innen aldersspennet jeg satt opp (16-35 år), de måtte ha en blogg der de var aktive og postet innlegg jevnlig. Jeg ville også ha med bloggere som i tillegg til å ha en blogg, er aktive nettbrukere som gjerne inkluderer lenker til andre nettsteder i bloggpostene sine. Jeg har valgt å utelukke bloggere som representerer institusjoner eller annonsører der sensur er til stede, fordi fenomenet jeg ser på er i størst grad konsentrert på selvstendige bloggjenere. For å sikre meg et best mulig datagrunnlag, gikk jeg tilbake i de respektive bloggarkivene og sjekket at bloggerne hadde vært aktive over en viss periode. Dette gjorde jeg med utgangspunkt i tanken om at det tar tid før man får et reflektert forhold til den praksisen man driver med.

På sett og vis har jeg benyttet meg av snøballmetoden for å rekruttere informanter. Denne metoden går ut på at man kommer i kontakt med nye informanter gjennom eksisterende kontakter (Gentikow 2005:80; Thagaard 2003:54), og i mitt tilfelle foregikk denne kontaktformidlingen gjennom hypertekstuelle relasjoner, der jeg fant fram til nye informanter gjennom å følge lenker i bloggene til bloggere jeg allerede kjente til.

Én av utfordringene med e-postinnsamling av data, er at man kan risikere å miste informanter underveis, ved at de bryter forbindelsen (Ryen 2002:261). Dette opplevde jeg, da jeg oppnådde kontakt med ytterligere to informanter som var positive til å svare på spørsmålene mine, men som jeg siden ikke hørte mer fra. Dette frafallet kom etter en langvarig e-postkorrespondanse, og endte med at de potensielle informantene ikke svarte på mine henvendelser.

3.2.1 Informanter

Kvalitative dybdeintervju er godt egnet for å gå i dybden med hva informantene selv mener om et fenomen, ved at det gir innsikt i deres egen opplevelse av bruken (Brinkmann & Kvale 2009:1; Gentikow 2005). For å få et bredt bilde er det altså mer fruktbart å ha et lite utvalg informanter, og så heller få så mange opplysninger som mulig ut av disse informantene. Metodelitteraturen gir ingen endelig pekepinn på hvor mange informanter som er mange *nok* i en kvalitativ studie, men påpeker at både utvalget og antallet må være formålstjenelig (Kvale 2001:58). Mitt endelige informantutvalg består av fire jenter og tre gutter, selv om dette heller ikke kan sies å være representabelt for denne typen blogger. Den type personlige blogger jeg ser på, en form for dagboksjanger, er i hovedsak representert av kvinnelige bloggere. Jeg ønsker ikke å generalisere når det gjelder kjønnsperspektivet, men har inkludert både kvinner og menn i utvalget for å få en større bredde. Utvalget har en jevn kjønnsfordeling, men kjønnsperspektivet utgjør ingen avgjørende variabel i denne oppgaven.

Seidman (1998:47 i Ryen 2002:93) fremhever tilstrekkelighet og metningspunkt som to viktige kriterier ved utvalg. Metningspunktet kan sies å være nådd når intervjuene ikke lenger gir ny informasjon, og man ikke lærer noe nytt. Mitt materiale har gitt meg gode og rike beskrivelser av det fenomenet jeg var ute etter å undersøke, og selv om informantutvalget ikke var større enn syv, føler jeg at jeg har nådd et metningspunkt der visse gjentakende mønstre utpeker seg. Det viktigste kriteriet ved utvelgelse av informanter er at personene man velger er informasjonsrike (Gentikow 2005:78). Dette kriteriet er oppfylt i min undersøkelse, da alle personene som er intervjuet har svart på spørsmål om sine holdninger til, og forståelse av sin egen bloggpraksis, og er dermed de eneste som er i posisjon til å uttale seg om det fenomenet jeg ville undersøke. Til tross for at jeg gjennomførte mine intervjuer skriftlig via e-post, anser jeg likevel ikke mitt datamateriale for å være dårligere eller mindre meningsbærende enn hva jeg ville fått dersom jeg hadde gjort ansikt-til-ansikt-intervjuer. Også Gaiser (1997 i Ryen 2002:260) skriver at tekstdata som er formidlet via datamaskiner ikke skiller seg nevneverdig fra annen type data.

Av mitt endelige utvalg på syv bloggere, er det kun to som blogger anonymt. Hvorvidt dette er utslagsgivende for selvrepresentasjonen i bloggen, blir behandlet i analysen. Det var ikke avgjørende for meg om informantene blogget anonymt eller under fullt navn, men det var viktig at de fremsto som oppriktige og engasjerte. Et viktig poeng for denne undersøkelsen er at selv om alle bloggene som er en del av utvalget faller inn under gruppen ”personlige blogger”, er det stor variasjon på bloggerne, både med tanke på alder, bosted og bakgrunn.

Dette kan være interessant med tanke på funn i forhold til variasjonen på bloggerne, samt at det kan være spennende med tanke på å finne spørsmål til videre forskning. Fordi informantutvalget mitt besto av aktører hvis praksis er å skrive om seg selv, anså jeg de for å være en motivert gruppe, og regnet derfor med at de ville være villige til å la seg intervju.

De fleste av informantene i denne undersøkelsen havner i de gruppene Rogers (2003) kaller tidlig- og sen majoritet. Det ville vært interessant å undersøke hvorvidt bloggere i ulike stadier av diffusjonsprosessen har ulike motiver for sin praksis, men dersom det skulle vært gjennomførbart måtte informantutvalget vært betraktelig mye større. Dersom det hadde vært rom for det, ville det også vært interessant å undersøke bloggpraksis i lys av både informantenes totale mediebruk, og den sosiale konteksten. I utgangspunktet var jeg også interessert i å undersøke hvorvidt bloggerne kan forstås som opinionsledere, ut i fra Lazarsfeld og Katzs (1960) argumenter om at opinionsledere er mer aktive mediebrukere enn sine likemenn. Dette perspektivet er utelatt fra oppgaven, da det blant annet ville krevd en annen type empiri for å si noe om informantenes totale mediebruk og – konsum.

3.2.2 Gjennomføring av intervjuene

Førstegangskontakt med informantene ble opprettet gjennom e-post, via e-postadressen de oppga som kontaktinformasjon i bloggen sin. Mann & Stewart (2000:59) fremhever viktigheten av å holde en formell tone i den første e-posten som sendes til informantene. I e-posten skrev jeg en kort presentasjon av meg selv og prosjektet mitt, der jeg forklarte undersøkelsens formål, omfang, tema og fokus, og forklarte hvorfor jeg ønsket å komme i kontakt med dem. Som vedlegg til e-posten sendte jeg med spørrelisten, sammen med et samtykkeskjema for at informasjonen de ga meg kunne brukes til undersøkelsens formål.

Som ved ansikt-til-ansikt-intervjuer er det viktig å opparbeide en god relasjon mellom forsker og informant (Gentikow 2005:104). Ryen (2002:255 Figur 13.2) skriver at det kan være vanskelig å opparbeide tillit mellom partene når kommunikasjonen utelukkende er skriftlig. Dette var jeg oppmerksom på, og ved å sende ut et fyldig informasjonsskriv med opplysninger om prosjektet sammen med spørsmålene, håpet jeg å skape et tillitsforhold til informantene. Dette tillitsforholdet ble også etablert gjennom utveksling av e-poster, der informantene fikk utdypende informasjon og svar på spørsmål de lurte på.

Å teste intervjuopplegget på utenforstående før man intervjuer informantene anbefales i metodelitteraturen (Gentikow 2005:81). Jeg gjennomførte en pilotstudie på tre personer før jeg gikk i gang med intervjuene, der jeg fikk medstudenter og venner til å gå gjennom

spørsmålene og komme med tilbakemeldinger. Dette hadde jeg stor nytte av, blant annet fordi de som ikke hadde mediefaglig bakgrunn kom med andre konstruktive kommentarer enn de som tilhører samme fagfelt. Gjennomføringen av pilotstudien var nyttig også fordi det bidro til at jeg fikk fjernet misvisende og unødvendige spørsmål og spørsmålsformuleringer, samtidig som det hjalp meg til å spissformulere hva jeg var ute etter. Pilotstudien hjalp meg også å estimere omtrent hvor lang tid det ville ta å svare på spørsmålene, slik at jeg kunne opplyse informantene om dette i e-posten.

3.3 Temabasert analyse

Målsetting med kvalitative studier er å oppnå en forståelse av sosiale fenomener, og fortolkning har derfor en særlig stor betydning i kvalitativ forskning (Thagaard 2003:11). Denne oppgaven bygger på en temabasert- fremfor personsentrert analyse, da jeg ønsker å undersøke hva informantene sier, ikke avdekke selvmotsigelser (Gentikow 2005:135-136). Min analytiske tilnærming til det empiriske materialet har videre foregått gjennom en ad hoc-bruk, der analyseringen har foregått gjennom et samspill av ulike metoder (Kvale 2001:135).

Jeg organiserte materialet mitt ved først å skrive ut alle intervjuene i separate dokumenter, for så å lese gjennom hvert enkelt intervju flere ganger. Deretter opprettet jeg et felles dokument der jeg kategoriserte svar fra alle informantene ut i fra hvert enkelt spørsmål. Ved å lese gjennom datamaterialet flere ganger, både enkeltvis og samlet, fikk jeg en større forståelse for og nærhet til empirien. Gentikow (2005:115) kaller dette å ta et dypdykk ned i materialet. Dette ga meg en verdifull innsikt i informantenes tanker og meninger, og bidro til å øke reliabiliteten på analysen. Jeg lagde datamatriser av det samlede materialet, slik at svarene fra hver enkelt informant var kategorisert og organisert ut i fra tema og spesifikke spørsmål. Fordi jeg hadde hvert enkelt intervju i egne dokumenter kategorisert under spørsmål, fungerte dette også som en datamatrise. Det var svært nyttig å kunne gå inn i materialet både enkeltvis og samlet, fordi det ga meg mulighet til å angripe materialet tematisk, men det bidro også til å gi meg et tydelig bilde av hver enkelt informant.

Etter mange gangers gjennomlesing kodet jeg materialet ved å kategorisere det tematisk, ut i fra forskningsspørsmål og temaer jeg hadde skissert opp på forhånd, og ut i fra temaer og mønstre som var gjennomgående i intervjumaterialet. Gentikow (2005:136) argumenterer for at temasentrert analyse er relativt enkel og systematisk, fordi det gjerne utpeker seg visse mønstre når man sammenlikner de enkelte informantenes svar på de ulike spørsmålene. På denne måten har jeg kunnet lese gjennom materialet og danne meg et

generelt inntrykk, for siden å gå tilbake til avsnitt som er av spesiell interesse. I enkelte tilfeller har jeg foretatt kvantifiseringer for å telle hvor mange av informantene som forholder seg på ulike måter til forskjellige aspekter ved bloggpraksisen. Kvale (2001:135) argumenterer for at dette er en egnet analysemetode fordi det gjør forskeren oppmerksom på visse mønstre og gjentagende temaer, samt gjør det lettere å finne relasjoner mellom variablene.

Jeg har i analysen av datamaterialet forsøkt å holde meg så tett inntil det kvalitative forskningsidealet som mulig, med tykke beskrivelser kombinert med gode og beskrivende sitater (Gentikow 2005:143).

3.3.1 Generaliserbarhet og overførbarhet

Det kvalitative intervjuet kritiseres blant annet for å ikke generere reliabel og valid kunnskap, fordi utvalget er for lite og undersøkelsen basert på ledende spørsmål (Kvale 2001:204 boks 13.2). Den kunnskapen man opparbeider seg gjennom en kvalitativ studie kan ikke generaliseres, men er som sagt nyttig for å få innblikk i hvordan et fenomen *kan* arte seg. Denne oppgaven bestreber seg ikke på å generalisere bloggpraksis, eller på å trekke slutninger og konklusjoner for alle typer bloggpraksis (Østbye et al 2002:41). Til det er både utvalget og omfanget av studien for lite. Som Kvale (2001:209) påpeker, er kontekstuell kunnskap blitt viktigere enn kravet om universell generaliserbarhet innenfor samfunnsvitenskapen. Bloggerne som danner bakgrunn for denne analysen kan ses som utøvere innenfor en større tendens, men utvalget av informanter i denne undersøkelsen kan ikke sies å være statistisk generaliserbart, ei heller representativt for bloggsfæren som helhet. Selv om forskningsresultatene i denne oppgaven ikke kan sies å være generaliserbare, er det god grunn til å tro at funnene har overførbarhet til å gjelde andre sammenhenger (Thagaard 2003:21).

3.4 Internettforskning i kontekst

Enten man studerer internett som en sosial struktur, eller man benytter internettbasert teknologi som et forskningsverktøy, vil teknologien påvirke forskningsprosessen (Markham 2007:247). Jeg vil til slutt i dette metodekapittelet reflektere litt rundt det å forske på et internettfenomen *på* internett. Ryen (2002:251) argumenterer for at datainnsamling på internett krever visse tekniske kunnskaper både av forsker og informant. Dette var ikke et problem i mitt tilfelle, da alle mine informanter er aktive nettbrukere med god teknisk innsikt. Mann og Stewart (2000:7) påpeker at internett er et helt nytt, konstruert miljø med sine egne koder for praksis, og at man som internettforsker derfor ikke bare må fokusere på de tekniske

mulighetene, men må se på hele konteksten. Et viktig spørsmål som åpenbarer seg i den forbindelse, er hvilke implikasjoner som oppstår når man skal avgjøre hva som er autentisk (Hine 2000:118). Hvorvidt informantene er autentiske i sine svar til meg, er en helt annen diskusjon enn hvorvidt de er autentiske i sin bloggpraksis. Dette siste aspektet er et tema jeg tar grundig for meg i diskusjonen i kapittel 5, og jeg vil ikke dvele for mye ved det her. Jeg vil derimot understreke at det har vært viktig for meg å ta informantenes utsagn for det de er, og jeg har ikke analysert hvorvidt disse utsagnene er autentiske. Her gjelder samme regler som for alle temasentrerte analyser som bygger på intervjuer, der man må forholde seg til hva informantene sier og ta det for gitt at informantene er oppriktige i sine utsagn.

Kontekst er på mange måter svært viktig for denne oppgaven, og Thagaard (2003:16) påpeker at kvalitative tilnærminger omhandler prosesser som tolkes i lys av den konteksten de inngår i. Jeg som forsker har en forståelseshorisont som jeg tok med meg inn i analysen avintervjuene, og som har påvirket fortolkningen av disse. På denne måten er den kvalitative forskningsprosessen en hermeneutisk sirkel, der min fortolkning av det empiriske materialet foregår i en kontekst.

3.5 Etiske refleksjoner

Denne oppgaven er underlagt meldeplikt fra Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste¹⁴ (NESH 2006:15), som har gitt tillatelse til datainnsamlingen (se vedlegg 3). Ut i fra kravet om informert og fritt samtykke (NESH 2006:13; Kvale 2001: 66; Mann & Stewart 2000:45), sendte jeg ut et samtykkeskjema som vedlegg til e-posten til alle informantene. Dette skjemaet fikk jeg tilbake i signert stand, med godkjennelse fra informantene om at informasjonen de ga meg kunne brukes til det gitte formålet. Jeg lovt også informantene full anonymisering, slik at deres utsagn ikke er gjenkjennelige for utenforstående. Alle informantene er anonymisert, og jeg har i stor grad vektlagt informantenes sikkerhet og anonymitet. Navnene på informantene i denne oppgaven er fiktive, og det er jeg som har tildelt informantene tilfeldige navn. De har altså ingen sammenheng med deres person. I de tilfellene informantene omtaler seg selv i ordelag som gjør at de kan gjenkjennes, har jeg skrevet om sitatene. Alle sitatene er forhåndsgodkjent av informantene, gjennom et samtykkeskjema de skrev under på og sendte tilbake til meg sammen med besvarelsene.

En stor del av diskusjonen i denne oppgaven handler om utfordringer rundt internett og grensene mellom den offentlige og personlige sfære. I forbindelse med opphavsrett og

¹⁴ http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/meldeplikt.html (NSD).

personvern på internett foregår det også en opphetet debatt om hva som kan regnes som del av det offentlige om. Et av spørsmålene er hvorvidt en privat, men offentlig tilgjengelig blogg egentlig er en del av det offentlige rom, eller om den tilhører det private. NESH (2006:12) påpeker at observasjon på åpne arenaer vanligvis kan skje uten å informere dem det gjelder, men at registrering med tekniske hjelpemidler bør være informert. Fordi jeg bestemte meg for å utelate innholdsanalyse av blogger fra datagrunnlaget, vil jeg ikke gå nærmere inn på denne diskusjonen her. Jeg vil nøye meg med å bemerke at det er opp til bloggeren selv å avgjøre hva de vil publisere i bloggen, og at de gjennom publiseringen gjør innholdet til en del av det offentlige rom.

Et potensielt problem ved datainnsamling via e-post er at man ikke vet hvem som har tilgang til e-postkontoen og datamaskinen (Ryen 2002:256). Når det gjelder informantene er de alle kontaktet via private e-postadresser som de selv har oppgitt som kontaktinformasjon i bloggen. Slik regner jeg med at de selv har kontroll over hvem som potensielt kunne komme til å lese korrespondansen. For min egen del har jeg passord på min private datamaskin, der datamaterialet er lagret, og jeg er den eneste med tilgang til min bruker. Intervjumaterialet er lagret i min personlige e-postkonto, også den passordbeskyttet. Utskriftene av datamaterialet har vært forsvarlig oppbevart i et låst skap som jeg er den eneste med nøkkel til, når det ikke har vært i bruk.

3.6 Tilbakeblikk på de metodiske valgene

Det karakteristiske ved kvalitativ metode, er at forskningsdesignet omhandler hele forskningsprosessen fra start til slutt, og er på denne måten en hermeneutisk prosess (Østbye et al 2002:110). Etter å ha skrevet denne oppgaven sitter jeg inne med store mengder kunnskap om håndtering av selvrepresentasjon i blogger på internett, som jeg ikke hadde før jeg startet. De kunnskapene jeg har opparbeidet meg underveis har gjort at jeg ser det metodiske opplegget i et annet lys nå enn jeg gjorde da jeg begynte på prosjektet, og jeg har underveis måtte revurdere forskningsdesignet mitt i løpet av prosessen.

Mitt empiriske materiale kan ha blitt farget av at informantene har trening i å representere seg skriftlig for andre. Ulikheter i tid og rom kan ha lagt føringer på besvarelsene. Det varierte noe hvor lang tid det tok fra jeg sendte ut spørsmålene til jeg fikk de tilbake i utfylt form. Noen av svarene fikk jeg tilbake innen noen timer, andre fikk jeg tilbake etter flere dager. Som tidligere nevnt, legger e-postintervju til rette for refleksjon, og dermed valide data, samtidig som noe av spontaniteten forsvinner. Som jeg diskuterer i denne

oppgaven, bærer bloggpraksis preg av å være en redigert og filtrert form for selvrepresentasjon, der aktøren aktivt velger ut hvilke aspekt han vil fremheve. Dette argumentet kan rettes mot skriftlige intervjuer, som legger til rette for refleksjon hos informantene. I muntlige ansikt-til-ansikt-intervjuer får man også med seg digresjoner og uferdige formuleringer, som man kan gå glipp av i skriftlige situasjoner. Det varierte noe hvordan informantene ordla seg i svarene sine, men de fleste besvarelsene var preget av et muntlig språk, der det også var rom for nettopp uferdige argumenter.

Informantene er vant til å representere seg selv på internett, men innen visse kontekstuelle rammer. Som jeg har diskutert i denne oppgaven, består selvrepresentasjonen i bloggen ikke bare av det verbale, men også av visuelle uttrykk som bilder, illustrasjoner og design. Hvorvidt deres bloggerfaring har lagt føringer på hvordan de svarte på spørsmålene mine er ikke godt å si med sikkerhet, men det er mulig ikke-bloggere ville svart annerledes på et skriftlig intervju enn det mine informanter gjorde. Markham (1998:71) påpeker at det tar lenger tid å skrive enn å snakke, og dette kan ha ført til at informantene mot slutten av intervjuet i større grad fattet seg i korthet enn de gjorde innledningsvis.

Som jeg diskuterte tidligere, kan relasjonen mellom forsker og informant påvirke kvaliteten på materialet. Det at mine informanter ikke hadde noe forhold til meg som person, og ikke kunne se meg mens de svarte på spørsmålene mine, kan ha farget svarene deres. På en måte kan det ha gjort at de svarte mer ærlig og oppriktig enn de ville gjort om jeg var fysisk til stede, fordi det er lettere å bekjenne seg til et usynlig publikum enn et synlig (se Boyd 2007a; kapittel 2.4). På en annen måte er informantene opptatt av å være seg selv i bloggen, og å gi et overensstemmende bilde mellom hvem de er i bloggen og hvem de er utenfor, og slik kan det ha vært viktig for informantene å svare i tråd med det bildet de representerer i bloggen. At stort sett alle informantene ga meg svært raske tilbakemeldinger, tyder på at de utviste den samme respekten ovenfor meg som de så innstendig understreket at var viktig å utvise ovenfor sine lesere.

De funnene man gjør i løpet av en forskningsprosess er ikke nødvendigvis det samme som man lette etter i utgangspunktet (Markham 1998:79), men det trenger ikke bety at det man finner er verdiløst, eller at arbeidet har vært forgjeves. I løpet av prosessen med å skrive denne oppgaven har jeg oppdaget at de antakelsene og den forforståelsen jeg hadde ikke tok høyde for det jeg faktisk fant. Dette betyr at metoden min har lært meg noe nytt underveis, og at jeg, dersom jeg skulle gjort dette prosjektet på nytt, antakeligvis ville gjort ting på en annen måte. Jeg synes likevel at jeg sitter igjen med verdifull kunnskap om hvordan aktører

håndterer selvrepresentasjon i personlige blogger, og denne kunnskapen er et godt grunnlag å bygge videre på.

Kvale (2001:53) argumenterer for at man som forsker bør skaffe seg en begrepsmessig og teoretisk forståelse av fenomenet som skal undersøkes, for å skape et grunnlag for tilføring og integrasjon av ny kunnskap. Som en del av kartleggingen har jeg i tillegg til intervjuer foretatt feltobservasjoner, i den forstand at jeg selv har besøkt bloggene til mine informanter. Dette anser jeg som en nødvendighet, for å få en grunnleggende forståelse av hvilke typer blogger som finnes, samt hvordan ulike aktører bruker og presenterer seg i blogger. Steve Jones (2006:xxi) mener internettforskere bør ha en viss kjennskap til forholdene de skal studere, i det minste for å kunne stille de rette spørsmålene. At jeg som forsker er kjent i feltet gjør bidrar også til at dataene som samles inn blir valide, fordi jeg vet hva jeg skal spørre etter. I motsatt fall understrekes det av NESH (2006:9) at;

Det må stilles høye krav til forskeres begrunnelse for valg av spørsmålsstillinger, metoder og analytiske perspektiver, slik at forskningen i minst mulig grad preges av forutinntatte oppfatninger og ubevisste vurderinger.

I og med den nære relasjonen mellom forsker og objekt i kvalitative studier, er det nødvendig å problematiser hvilken innvirkning forskeren kan ha på forskningsresultatet. Thagaard (2003:18) skriver at både forskeren og informanten kan påvirke forskningsprosessen. Mitt forhold til blogger bygger utelukkende på lesererfaringer, da jeg ikke er noen blogger selv. Dette kan ha farget min forforståelse av informantenes holdning til sine bloggpraksiser. At jeg ikke selv blogger kan også ha lagt føringer på spørsmålsutforming, men dette forsøkte jeg å unngå ved å sette meg godt inn i feltet på forhånd slik at jeg skulle unngå å stille utydelige eller forvirrende spørsmål. For å få en fullstendig innsikt i bloggpraksis burde jeg kanskje opprettet en blogg selv, men da kunne jeg på den andre siden stått i fare for å overføre mine egne holdninger til informantene.

På den ene siden kan min forforståelse og spørsmålsutforming ha lagt føringer på hvordan informantene oppfattet spørsmålene, og videre hvordan de selv ordla seg. På den andre siden kan informantenes formuleringer og svar ha påvirket min forståelse.

4 Rammer for selvrepresentasjon i bloggen

Denne analysen baserer seg på intervjuer med syv norske bloggere gjennomført i juli 2008 (se vedlegg 1), og er strukturerte rundt Schmidts (2007) artikkel ” Blogging Practices. An analytical framework”, der han introduserer tre strukturelle aspekt ved bloggpraksis¹⁵. Brake (2008) har tidligere benyttet seg av disse tre aspektene, konvensjoner, relasjoner og koder, i en studie av personlige profiler på nettsamfunn, og jeg anser disse tre aspektene for å være svært egnet som analytiske dimensjoner for å undersøke hvordan selvrepresentasjon håndteres i personlige blogger. De tre aspektene er hver på sin måte nødvendige rammevilkår for en vellykket bloggpraksis og dermed også en vellykket selvrepresentasjon, og ved å beherske disse ulike funksjonene og kravene, vil man bli en god blogger.

Jeg kommer ikke til å analysere bloggernes utseende, men vil fokusere på bloggernes oppfatning av sin egen og andres bloggpraksis (se kapittel 2.3). Schmidt (2007:1411) hevder her at bloggeren gjennom en bloggepisode vil (re)produsere aspekter av de veiledende konvensjonene, (re)etablere sosiale relasjoner, samt stabilisere eller endre måten programvarekoder er designet og anvendt. Bloggpraksis består altså av flere individuelle bloggepisoder, der bloggeren benytter seg av spesifikk programvare for å oppnå spesifikke kommunikative mål (Schmidt 2007). Hva disse spesifikke kommunikative målene er for informantene i denne undersøkelsen er én av tingene jeg kommer inn på i denne analysen.

Jeg vil her først plassere mine informanternes bloggpraksis i en større kontekst av teknologi og internettbruk, der jeg blant annet ser på tidsbruk og nettvaner. Videre vil jeg se på hvordan Schmidts (2007) tre strukturelle dimensjoner kan bidra til å si noe om informantenes holdninger til egen bloggpraksis, før jeg kommer nærmere inn på informantenes syn på selvrepresentasjon i bloggen. Helt til slutt vil jeg i kapittel 4.6 oppsummere generelle funn og presentere tema for den videre diskusjonen i kapittel 5, der jeg vil benytte Goffmans (2005,1992,1990) teoretiske rammeverk for å si noe om hva som påvirke og strukturerer den digitale selvrepresentasjonen i bloggen.

¹⁵ For en grundig gjennomgang av Schmidt (2007), se kapittel 2.2.2.

4.1 Bloggpraksis

Alle informantene er i denne analysen tildelt fiktive navn, av hensyn til personvern (se vedlegg 1 og 3). Som nevnt tidligere kan alle bloggerne i denne undersøkelsen plasseres i kategorien personlige blogger (se kapittel 1.2.2.1).

Antallet daglige unike brukere¹⁶ hos informantene varierer fra 250 til 2000. Alle informantene oppgir at besøkmengden varierer veldig, men tre av informantene har mellom 250 og 800 unike brukere per dag, tre har mellom 800 og 1000 unike brukere per dag, mens én ikke vet hvor mange unike brukere som er innom bloggen per dag. I forhold til de virkelig store og populære bloggene er ikke disse tallene spesielt høye, og det er kun to av syv blogger i denne undersøkelsen som befinner seg blant topp 100¹⁷ av de mest besøkte norske bloggene. Til sammenlikning kan det skytes inn at av de 13 mest besøkte svenske bloggene som er listet opp hos bloggtoppen.se¹⁸, har alle godt i overkant av 100.000 besøkende i uken. Dette blir et gjennomsnitt på over 14.000 besøkende om dagen, som er langt unna besøkstallene i denne undersøkelsens utvalg.

4.1.1 Tidsbruk og nettvaner

Alle informantene i denne undersøkelsen oppgir at de bruker én til tre timer daglig på ulike internettaktiviteter. Mine informanternes tidsbruk ligger altså noe i overkant av befolkningsgjennomsnittets tidsbruk på internett (se kapittel 1.3.1), men det er relativt sammenfallende hva denne tiden brukes til. Tiden på internett fordeles blant annet på å lese og skrive e-post, å lese nyheter og fagstoff, sosiale nettverkstjenester og lesing av blogger, kjøp av varer og tjenester, lytte til ny musikk og se teveserier, samt annen generell surfing.

Det er en gjennomgående tendens blant informantene at de bruker størsteparten av internettiden på å oppdatere og vedlikeholde egen blogg, også her svarer seks av syv informanter at de bruker mellom én og tre timer daglig, mens de bruker overraskende lite tid på å lese andres blogger. Den siste informanten bruker kun én time daglig på egen blogg. Fem informanter svarer at de bruker mindre enn én time daglig på andres blogger, én informant

¹⁶ Unike brukere er en statistisk beskrivelse av en trafikkenhet til en webside, som teller hver bruker kun én gang per tidsramme. Dette er et verktøy som blant annet brukes av annonsører og markedsførere for å måle et nettseteds sanne publikums tall (Encyclopedia 2009c). Dette betyr at flere besøk fra samme maskin kun regnes én gang pr.dag.

¹⁷ <http://www.twingly.com/top100?lang=no> (per 15.02.09). <http://www.bloglovin.com/welcome.php>, <http://blogglisten.no/>, <http://blogg.no/> ranker alle de mest populære norske bloggene, men oppgir ikke lesertall.

¹⁸ <http://www.bloggtoppen.se/kategori/alla/> (per 15.02.09). Det finnes ingen tilsvarende oversikt som lister besøkstall i norske blogger.

bruker mellom én og tre timer daglig, mens kun én informant oppgir å bruke mer enn tre timer daglig på å lese andres blogger, begge disse to siste informantene er jenter.

Når det gjelder tidsbruk på sosiale nettverkstjenester som Facebook, MySpace og Underskog, oppgir seks av syv informanter at de bruker mindre enn en time daglig på denne typen aktiviteter. Det ser altså ut til at sosialiseringaspektet ikke er det som står sterkest når det gjelder internettaktivitet hos informantene i denne undersøkelsen, da mesteparten av informantenes internettid går med på å vedlikeholde og oppdatere egen blogg.

4.2 Konvensjoner

Som jeg diskuterte i kapittel 2.1, er et av de viktigste spørsmålene innen strukturell sosiologisk teori ideen om at det finnes en dualisme mellom struktur og aktør, som er karakteristisk for all sosial handling. Goffman (1992,1990) diskuterer hvordan det for alle situasjoner der man interagerer med andre, finnes visse regler eller konvensjoner som veileder oppførsel og sosial handling. I bloggsfæren, som i den virkelige verden, eksisterer det felles regler, konvensjoner, forventninger og rutiner for skikk og bruk som veileder bloggeren i henhold til når de ulike strategiene skal brukes. Schmidt (2007:1414) kaller disse uformelle reglene for ”bloggetikette”, utledet av begrepet nettikette, som er en vanlig samlebetegnelse for oppførsel og høflighet på internett (Scheuerman & Taylor 1997 i Ryen 2002:251; Mann & Stewart 2000:14-15,59; se også Wei 2004). Jeg vil i dette kapittelet altså bruke Schmidts (2007) første strukturelle dimensjon, konvensjoner, for å se på hva informantene tenker om bloggens funksjon og egen bloggpraksis. Her skiller Schmidt (2007:1411) mellom ”adequacy rules” (tilstrekkelighet), som kobler ønsker om måloppnåelse med valg av medium, og ”procedural rules” (prosessuelle konvensjoner), som handler om bloggens ulike funksjoner.

4.2.1 Nettikette og bloggkvalitet

Evan Williams, grunnleggeren av bloggverktøyet Blogger, mener at bloggkonseptet handler om tre ting; nemlig frekvens, korthet og personlighet (Mortensen & Walker 2002:249). For å lykkes bør en blogg med andre ord bestå av korte, personlige innlegg som oppdateres hyppig.

Det er relativt stor enighet blant informantene om hva som utgjør god bloggkvalitet, og stikkordene som går igjen er blant annet originalitet, jevnlig oppdatering, godt innhold og god tekst, enkelt og rent utseende, samt god bildekvalitet. Martin og Siri oppsummerer godt hva de mener kjennetegner en god blogg;

*En god blogg er en blogg som oppdateres ofte, har god tekst som fenger leseren og gjerne ett bilde så det er noe å se på. Den burde være enkel og 'ren' i layouten, ikke for mye unødvendige ting og tang, og så klart må den være personlig og gjerne utlevere litt av forfatteren. Leserene må føle at de kommer litt innpå bloggeren, men det finnes så klart grenser. Det gjelder å finne den gylne middelvei. Og sist men ikke minst **originalitet!** Det er kjempeviktig å være original og ikke kopiere andres bloggstil!
(Martin, 16 år)*

*Alt i alt synes jeg det viktigste er fine, inspirerende og klare bilder med enkel, klar tekst og med regelmessige oppdateringer.
(Siri, 18 år)*

Schmidt (2007:1412) skriver, som jeg har nevnt tidligere, om prosessuelle konvensjoner som strukturerer bloggpraksisen (se kapittel 2.2.2). I de følgende avsnittene vil jeg vise eksempler på den komponenten han kaller publisering, som også er en del av identitetshåndteringen i bloggen. Det dreier seg her blant annet om hvordan bloggen skal se ut, hvilke temaer som skal tas opp og hvordan de skal presenteres, og jeg kaller denne delen bloggkvalitet. Hvor original bloggen er, hvordan innholdet håndteres, hvordan bloggen ser ut og hvordan bloggeren forholder seg til leserne, er alle aspekter som påvirker identitetsbildet til bloggeren, og som jeg vil diskutere i de neste avsnittene.

4.2.1.1 Originalitet

Originalitet er altså absolutt et pluss når gode blogger skal kåres. Ingrid synes godt en god blogg kan ha et tema, da hun mener dagbokblogger blir relativt kjedelige for den som ikke kjenner bloggeren. Martin mener også at en god blogger skriver lett og originalt. Og som Petter påpeker, er det så mange blogger å velge mellom, og mange av dem er veldig like både innholdsmessig og utseendemessig, derfor må man gjøre noen grep for å skille seg ut.

*Den (en dårlig blogg) er lik som 90 % av alle andre blogger. Det en person har gjort i dag er ikke så spennende lenger.
(Petter, 23 år)*

Lars og Benedicte understreker også viktigheten av at bloggen skiller seg ut i mengden, og at den gir leseren noe å kjenne seg igjen i. Benedicte mener forfatteren av en blogg gjerne kan være anonym, men bør da ha et alter ego eller noe som leseren kan forholde seg til, så man vet hva man får.

*En blogg bør med andre ord ha et ansikt, men det trenger ikke være en fysisk person. [...] Det sier noe om forfatteren.
(Benedicte, 24 år)*

Ingrid er av samme oppfatning, og sier at; *Bloggeren må ha en stemme, en stil, være gjenkjennelig (Ingrid, 33 år)*. Det er med andre ord stor enighet om at bloggen må være **gjenkjennelig** og **original**, og den kan gjerne være anonym, så lenge den har et tema.

4.2.1.2 Oppdateringer, innhold og tekst

Det at leserne må ha noe å forholde seg til går også igjen når det er snakk om oppdateringer av bloggen. Det er bred enighet om at en god blogg **oppdateres ofte**, men det viktigste er likevel at den oppdateres jevnlig, og at bloggeren har noe på hjertet.

*Blogger man fire poster per dag en uke, for så å blogge én post neste uke, så forvirrer du leseren. Bloggen blir "ustabil", noe som kan gjøre leseren oppgitt. Leserne vil ha faste holdepunkt, noe å besøke hver dag.
(Benedicte, 24 år)*

Oppdateringene bør altså være jevnlige, men det er heller ikke populært å skrive et innlegg bare for å skrive, dersom innholdet er kjedelig, meningsløst, uengasjerende og uten misjon.

*En blogger som kun skriver om ingenting, det vil si å skrive kun for å skrive noe, holde bloggen oppdatert. En lang oppsummering av dagen eller hva du spiste til frokost før du dro på jobb er ikke så interessant i mine øyne. Bloggen må ha et visst innhold, man har jo en blogg for å få fram et budskap eller en mening.
(Martin, 16 år)*

Martin, Petter, Ingrid, Siri og Benedicte understreker alle at vedkommende som skriver bloggen må være flink til å skrive og ha et godt språk. Som Benedicte påpeker, bør ikke teksten være lang eller kort, men fortelle det rette og være korrekt.

*Teksten bør være riktig. Faktafeil er kjipt og skrivefeil er ikke det beste heller. Samtidig er det viktig å huske at bloggere ikke er journalister. De gjør feil, men de utvikler seg fra feilene de gjør. Feil blir ofte kommentert.
(Benedicte, 24 år)*

Det er med andre ord å anse som brudd med bloggetiketten å poste blogginnlegg bare for å gjøre det, dersom man ikke har noe på hjertet.

4.2.1.3 Layout og design

Et annet viktig kvalitetstegn ved en god blogg er utseendet, i form av **layout** og **design**. Hele fem av syv informanter mener at bloggens utseende er veldig viktig for å gi leserne et riktig inntrykk av hvem de er.

Som tidligere nevnt er bilder en viktig del av bloggen, og som Lars påpeker er det gjerne bildene som fanger leseren og setter førsteinntrykket på bloggen. For Linda er det masse og personlige bilder som gjør en blogg god. Benedicte er også av den oppfatning at bilder utgjør en stor og viktig del av bloggen;

*Personlig så synes jeg bilder er 60% av bloggen. Det er det som fanger oss til å lese teksten. Derfor er jeg kresen på hva jeg legger ut på min blogg. Jeg kan gjerne bruke 30 minutter på å finne det riktige bildet til en post. Når det gjelder de bloggene jeg leser så har alle en meget god bildekvalitet. Blogger med dårlige bilder bruker jeg mindre tid på og får gjerne bare ett besøk i uken.
(Benedicte, 24 år)*

Det er gjennomgående hos alle informantene at i tillegg til bilder, er layouten generelt svært viktig for inntrykket man skaper seg av en blogg. Siri sier at designet bør være oversiktlig og ryddig, mens Petter understreker at layouten må være bra og skille seg ut, ettersom det er så mange like blogger. Også Ingrid mener at en god blogg må ha en fin og behagelig layout, mens Benedicte mener layouten kan gi mye informasjon om bloggeren;

*Layout er viktig. Det sier litt om ambisjonene dine. Hvor mye du har lagt i bloggen. Layouten sier like mye om bloggeren som innredningen i leiligheten. Eller, det kan si det. Noen velger en helt anonym layout. Jeg foretrekker personlige layouts.
(Benedicte, 24 år)*

Dårlig, rotete og uoversiktlig layout og design er som sagt noe av det som trekker mest ned når informantene skal beskrive en dårlig blogg.

*Det er så mange fine blogger som blir "ødelagt" på grunn av dette (dårlige bilder) synes jeg. Ikke at jeg selv har de beste bildene men jeg skulle ønske det.
(Siri, 18 år)*

Siri påpeker her at bilder med dårlig kvalitet er med på å skape et stygt helhetsinntrykk.

4.2.1.4 Respekt for leserne

Det påpekes av flere informanter at **respekt** for leserne sine er svært viktig dersom man vil lykkes som blogger. Siri sier blant annet at en god blogger har personlige meninger, men er samtidig åpen for hva leserne synes. Det er også viktig å engasjere leserne sine, og Martin mener at en måte å oppnå dette på er å skrive om ting som engasjerer en selv. Samtidig er det svært viktig at man ikke gir seg ut på fagområder man ikke har kompetanse på. *Man må kunne litt om temaet hvis man har en blogg som handler om en spesiell ting (Martin, 16 år).*

Siri syns at folk som smisker seg til kommentarer er dårlige bloggere, mens Petter liker ikke løgner, og mener løgner i en blogg gjør den dårlig. Linda syns en blogger som er negativ og ute etter folk er en dårlig blogger, mens en god blogger gjerne tør å være litt selvironisk. Lars er heller ikke imponert over bloggere som ser seg nødt til å ty til usannheter i bloggen sin;

*[...]men det verste er de som ljuger. Hvite løgner er lov, men de som ljuger om lesertall og skjult reklame er bare latterlige.
(Lars, 18 år)*

Felles for Siri, Petter og Lars er at de her illustrerer situasjoner der bloggetiketten trer inn i bildet. Det kan forstås som en uskreven regel at dersom man vil fremstå som en god blogger, skal man være ærlig og ikke gjøre noen forsøk på å fordekke sannheten.

4.2.2 Bloggen som inntektskilde

Det er flere informanter som trekker fram at reklamebannere og annonser er med på å trekke ned kvaliteten på en blogg, og dette henger til dels sammen med at annonsering er med på å gi bloggen et rotete utseende. Siri ”misliker blogger med masse, masse reklame”, fordi det bidrar til at bloggen blir rotete og uoversiktlig.

Det er videre noe uenighet blant informantene om hvorvidt det er greit med annonsering i bloggen for å tjene penger på det, men generelt ser det ut til at guttene er mer velvillig innstilt til reklame og annonsering enn det jentene er. Flertallet av informantene i denne undersøkelsen tjener ikke penger på bloggen sin, av ulike årsaker, mens Petter, Lars og Benedicte er de eneste som oppgir å ha hatt fortjeneste på grunnlag av bloggingen. Enkelte av de andre informantene kunne derimot godt tenkt seg å tjene penger på bloggingen, mens andre tar avstand fra å bruke bloggen som inntektskilde. Ingrid sier for eksempel at hun synes en god blogg må være uten reklame og annonsering, både fordi det estetisk sett ødelegger bloggen, men også fordi hun er tilhenger av gratisprinsippet og ikke ønsker å tjene penger på bloggen.

*Skjult reklame i bloggposter ville gjort at jeg mistet troverdighet. Mine lesere skal være sikre på at det jeg skriver, er det JEG mener – ikke et PR-byrå.
(Ingrid, 33 år)*

Linda anser en blogg som tydelig farges av at det står sponsorer bak som en dårlig blogg, men ser ikke bort fra at hun kunne tenke seg å ha annonsører på bloggen sin selv. Hun sier hun får

tilsendt produkter gratis, som hun deretter skriver sin ærlige mening om. Det er viktig for henne at hun kan stå inne for det som publiseres i bloggen hennes.

*(Jeg tjener ikke penger på bloggen fordi jeg) har ikke funnet de rette annonsørene. Jeg vil at det skal være riktig for bloggen min og meg.
(Linda, 26 år)*

Både når det gjelder Ingrid og Lindas standpunkt er vi inne på et spørsmål om autenticitet, som jeg kommer nærmere tilbake til i kapittel 4.4.2 og 5.

Siri mener det ikke finnes noe marked for å tjene penger på bloggen sin i Norge, i motsetning til i Sverige, der det finnes flere eksempler på bloggere som har tjent gode penger på bloggingen sin¹⁹. Dessuten tror ikke Siri at hun har mange nok lesere til å tjene noe på annonsering uansett. Hun påpeker at;

*Her i Norge er det bloggere med casino-, og mobilreklame osv på bloggen sin. Det er ikke noe for meg, blir så harry.
(Siri, 18 år)*

Martin tror heller ikke han har nok lesere til at annonsering skulle ha noen spesiell betydning, og sier dessuten at han ikke vet hvordan han skulle gått fram for å tjent penger på bloggen.

Når det gjelder de tre informantene som har tjent penger på blogging sin, er det først og fremst gjennom annonser. Petter sier han har tjent penger på bloggen gjennom annonser, men ønsker ikke å oppgi hvor mye det dreier seg om. Lars hadde i en periode Google-annonser på bloggen sin, som han tjente \$800 på, men han fjernet det etter hvert da han ble lei av den stygge reklamen. I det siste har han også fått en del e-post fra firmaer i Norge som ønsker å promotere produktene sine i bloggans hans. Han synes dette er veldig smigrende, men sier han vurderer produktene før han poster det på bloggen sin.

Benedicte sier hun kun har hatt fortjeneste på bloggen i form av gratis ting eller rabatt på klær. I tillegg har hun fått gavekort etter å ha hjulpet mennesker som har funnet henne gjennom bloggen sin. Det er med andre ord ingen av informantene i denne undersøkelsen som kan si at de har en voldsomt innbringende bloggpraksis når det gjelder direkte inntjening. Når det gjelder fremtidsutsiktene for bloggen, sier Benedicte at hun håper blogger alltid vil bestå slik de er i dag; enkle, rene og nesten uten reklame.

¹⁹ Se blant annet <http://blondinbella.se/>. Blondinbellas annonseinntekter er i følge en svensk journalist anslått til å være 5 millioner i året (E24 2008).

*Nettsteder, nettaviser og lignende er for proppfulle av annonser. Noen ganger føler jeg at nettstedene tar bedre vare på annonsørene enn på leserne. Innenfor bloggingen handler det (nesten) 100% om leseren og skribenten.
(Benedicte, 24 år)*

Som jeg har diskutert tidligere (se kapittel 2), er en blogg en dynamisk konstruksjon som er under stadig utvikling. Det samme kan sies å være tilfellet for bloggen som sjanger, da den fortsatt er relativt ung og bruksområdene endrer seg som følge av ny utvikling, den er en ”emerging genre” (Herring et al 2004:2). Det Benedicte peker på her, er en god illustrasjon på nettopp dette, at sjangeren er i fortsatt utvikling og nye bruksområder oppstår. Flere og flere blogger brukes, som jeg har diskutert over, som annonseplass og arena for markedsføring av ulike produkter og tjenester. Herring et al (2004:2) påpeker nettopp at bloggen verken er en unik eller reproduisert offlinesjanger, men heller en hybridsjanger som trekker på flere ulike kilder.

4.2.3 Oppstart og motivasjon

Av de syv informantene i mitt utvalg, hadde fem av dem en privat hjemmeside før de begynte å blogge. Dette kan kobles til tidligere forskningsargumenter om at bloggen er arvtakeren til den personlige hjemmesiden, og at det kreves mindre ressurser både av tid og ferdigheter for å opprettholde en blogg, enn å opprettholde en hjemmeside (se kapittel 2.2.4). Bloggen har også en større grad av interaktivitet over seg, enn det den personlige hjemmesiden hadde. Når det gjelder valg av blogg som medium, begrunner Ingrid sitt valg på følgende måte;

*At jeg valgte blogg som medium, var ene og alene fordi det var enkelt å publisere på den måten. Jeg hadde hatt en nettside tidligere, hvor jeg programmerte og skrev alle koder selv. Dette ble nokså tidskrevende, så den ble lagt på is i noen år. Da jeg oppdaget bloggmediet, passet det meg perfekt.
(Ingrid, 33 år)*

Schmidt (2007:1411) benytter begrepet ”adequacy rules” (tilstrekkelighet) når han diskuterer hva som guider valgprosessen av passende medium. Han hevder at en aktør velger seg type medium avhengig av hvilke mål og motiver han har, og hva han ønsker å oppnå. Dette passer godt overens med Ingrids forklaring av hvorfor hun valgte å starte en blogg. Det handler altså om å velge den medieplattformen som er best egnet for egen tilfredsstillelse.

Rogers (2003: 267-299) diskuterer fem idealtyper når det gjelder innovasjon, innføring og spredning av nyvinninger og ideer. Disse idealtypene er, som vi så i kapittel 2.2.1, henholdsvis innovatører, tidlige brukere, tidlig majoritet, sen majoritet og etternølere, og sier

noe om hvor snar man er til å plukke opp nye trender og ideer. I denne sammenheng er det interessant å se på disse idealtypene i forhold til holdninger også hos mine informanter. Samtlige av informantene har blogget i mer enn ett år, men det er varierende hvor lenge de har holdt på. To av informantene har blogget siden våren/ sommeren 2005, tre av informantene har blogget siden siste halvdel av 2006, mens de to siste informantene begynte å blogge sommeren 2007. De fleste informantene i denne undersøkelsen kan plasseres i den tredje og fjerde gruppen, henholdsvis tidlig- og sen majoritet (se kapittel 3.2.1). At de fleste informantene havner i her kan ha sammenheng med at de alle har det som kalles personlige blogger, og at denne bloggtypen dukket generelt opp senere som sjanger enn de tidlige nyhets- og faktaorienterte filterbloggene (Herring et al 2004).

Når det gjelder mine informanter, viser seg at de som har blogget lengst gjerne også er de som har det mest reflekterte forholdet til sin egen bloggpraksis. Dette gjelder både selve bloggen, men også i forhold til hva de ønsker å få ut av den. De to informantene, begge gutter, som uttrykker et faktisk ønske om å bli kjent og oppnå anerkjennelse har ikke blogget lenger enn siden siste halvdel av 2006. Dette stemmer overens med Rogers (2003) påstand om den sene majoritet som ikke tar til seg en ide før de har sett at ”alle andre” har gjort det samme, og at innsatsen betaler seg. Lars og Petter har sett at andre bloggere har oppnådd kjendisstatus og anerkjennelse, og vil prøve seg de også.

*Jeg begynte å blogge vinteren 2006. Da var blogg det siste man skulle ha, og nesten alle hadde det. Jeg fortsatte bare og til slutt har jeg kommet dit jeg er i dag.
(Lars, 18 år)*

Informantene har også varierende holdninger til, og tanker rundt, hva de ønsker å oppnå med sin egen bloggpraksis. Det går et skille mellom de som motiveres til å blogge for å oppnå noe for egen del, og de som ønsker å gjøre noe for andre gjennom bloggingen. Som tidligere nevnt, bruker Schmidt (2007:1411) termen ”adequacy rules”, tilstrekkelighet, for å si noe om hvordan motivene man har påvirker valg av medieplattform. Videre vil dette si at ulike brukere og brukergrupper kan velge samme plattform, men av ulike grunner. I dette tilfellet handler det om at internett er en passende arena dersom man vil bli ”litt kjent”, fordi det er relativt enkelt å komme til orde og uttrykke seg. Dette vil jeg se nærmere på i kapittel 5. Inntil videre holder det å påpeke at det kan identifiseres en større tendens blant guttene til å ha et uttrykt mål eller ønske om å bruke bloggen sin for å bli kjent eller for å oppnå en eller annen form for anerkjennelse, enn blant jentene. Det kommer ikke klart fram akkurat hva denne anerkjennelsen går ut på, eller hva de ønsker å bli kjent som. Martin sier han ønsker å få

leserne sine til å ha lyst til å gå inn på bloggen hans neste dag for å se om han har oppdatert. Hvorvidt dette kan regnes som egoistiske grunner, eller et ønske om å gjøre noe for leserne sine, kan det settes spørsmålsteget ved. Petter og Lars er derimot enda mer direkte når det gjelder ønsket om å oppnå anerkjennelse. *Jeg har som mål å bli kjent, men samtidig kunne gi noe tilbake (Lars, 18 år).*

*Egentlig er det bare en hobby, men selvsagt har jeg jo innsett at det har blitt mye mer enn det også på grunn av den store tilhengerskaren jeg har fått. Jeg ønsker kanskje å oppnå litt web-
anerkjennelse på den.
(Petter, 23 år)*

Hvorvidt de blogger eksplisitt for å vise seg fram varierer noe, og her er det kjønnsforskjeller. Enkelte har tydeligere uttalte motiver for å blogge enn det andre har, men det er kun to av informantene som uttrykker et ønske om å bli kjent og oppnå anerkjennelse som motiv for bloggingen, begge disse er gutter. Siri, den yngste av jentene, er den eneste av jentene som tilsynelatende bruker bloggen for å oppnå noe for sin egen del, nemlig å få vise fram smaken og klesstilen sin. Resten av informantene veksler mellom å ville få utløp for egen smak, tanker og meninger, eller å være til inspirasjon, glede og hjelp for sine lesere. De andre jentene virker mer opptatt av å inspirere og glede sine lesere, enn å bli kjente. Samtidig tar de på seg en slags oppdragerrolle, der de ønsker å lære leserne noe. Dette kan også forstås som et ønske om anerkjennelse, men likevel på en annen måte enn å bli kjent for å bli kjent. Motivatoren i dette tilfellet er et ønske om dele og filtrere, en form for informasjonshåndtering (se kapittel 2.2.2).

*Jeg ønsker å endre holdninger, være en motvekt til moteblader og moteblogger som oppfordrer til et enormt forbruk. [...] Jeg vil inspirere mine lesere til å nyte livet, se gleden i en kopp te og en god parfyme. [...] Dessuten skriver jeg en del om musikk og vil gjerne spre musikkglede. [...] Jeg tror bloggen min er et pust i bakken for leserne, en pause fra hverdagen, noe fint å se på.
(Ingrid, 33 år)*

*Jeg vil at leserne mine skal bli glade av å lese bloggen min. Jeg vil også at de skal bli inspirert, få et bedre liv (hvis jeg hjelper dem eller gir gode tips) og ikke minst lære noe.
(Benedicte, 24 år)*

Når man så først har valgt seg blogg som plattform, er det ikke lenger ”adequacy rules” som gjelder, men ”procedural rules”, prosessuelle konvensjoner (se kapittel 2.2.2). Det å finne inspirasjon til bloggposter, og å velge ut hva man skal publisere på bloggen, er en av komponentene i nettopp det Schmidt (2007) kaller prosessuelle konvensjoner. Som jeg har vist tidligere, karakteriseres gode blogger av jevnlig oppdateringer med engasjerende og

interessant innhold, hvilket krever mye innsats av den enkelte bloggere for å stadig finne noe nytt å blogge om. Denne utvelgelsen av innhold er en del av funksjonen Schmidt (2007:1413) refererer til som informasjonshåndtering (se kapittel 2.2.2).

*Jeg har faste sider som jeg har bokmerket "blogginspirasjon". Dette er sider som utmerker seg fotografisk og subkulturelt.
(Benedicte, 24 år)*

Noen av informantene jobber mer aktivt for å hente inspirasjon enn andre, som lar seg inspirere av venner, bøker, reiser og andre ting de ramler over i hverdagen. Enkelte føler et press på seg fra leserne, om at det hele tiden må komme nye, interessante innlegg.

*Alt er inspirasjon. Jeg føler et stadig press på meg at jeg må blogge hver dag, og jeg tror jeg har utviklet et pressinspirasjonssyndrom, som går ut på at jeg finner noe å blogge om uansett. Alltid. Noen ganger er jeg bare så desperat at jeg legger ut bilder av mine egne ben eller noen bananer jeg har kjøpt på meny.
(Lars, 18 år)*

Lars uttalelse om at han føler et stadig press på seg for å blogge hver dag, vitner om at identitetshåndteringen og relasjonshåndtering påvirker hverandre. Hvordan dette foregår, diskuterer jeg nærmere i kapittel 5.3.1.

4.2.4 Holdning til egen blogg

Informantene har varierende tanker om hvorfor de blogger, samt hvilken funksjon deres egen blogg har både for dem selv, og for andre. Noen har reflektert over hva deres blogg kan bidra med, mens andre har et mindre gjennomtenkt forhold til sin egen bloggpraksis. Generelt ser det ut til at guttene er mindre tilbøyelige til å plassere sin egen blogg i en bås enn det jentene er.

*Jeg skriver om det som skjer i livet mitt til daglig, eller hvis jeg har spesielle tanker eller meninger om en sak. Jeg poster bilder av meg selv, venner, kjæresten, - ofte for å illustrere hva jeg skriver om, andre ganger for å skape et mer 'spennende' innlegg. Jeg liker også å poste bilder jeg tar som jeg blir spesielt fornøyd med.
(Martin, 16 år)*

*Bloggen min begynte egentlig bare for moro blant vennene mine. Etter hvert ble historiene mine derimot veldig populære, og jeg fikk plutselig ganske mye mails fra lesere fra hele landet som likte den. Bloggen min tar for seg mote, modeller, annen populærkultur, samt masse ting jeg gjør.
(Petter, 23 år)*

Lars understreker at bloggen hans verken er en moteblogg eller en musikkblogg, men at den rett og slett bare er han. Det er uklart om dette skyldes en intensjonell motvilje til å settes i bås, eller om han bare ikke synes den passer inn i noen ferdig kategori.

*Bloggen min er en blogg som for det meste omhandler mitt liv og mine tanker. Det er ingen moteblogg eller musikkblogg, det er bare meg.
(Lars, 18 år)*

Av de fire kvinnelige informantene er det kun Ingrid som ikke kaller sin egen blogg en moteblogg, selv om de alle fire skriver om mer eller mindre de samme temaene i bloggene sine. Ingrid er dog den av informantene som har blogget lengst.

*Jeg hadde aldri hørt begrepet "moteblogg". [...] Min blogg er basert på den gamle hjemmesiden min. Den har utviklet seg litt gjennom årenes løp, og er nå en litt udefinert blanding av ting som kan være til inspirasjon for andre.
(Ingrid, 33 år)*

*Bloggen jeg har nå representerer meg og alle de tingene jeg vil dele med andre mennesker. [...] Den handler i hovedsak om mote, foto, design og meg. Det er meg selv som er den røde tråden gjennom hele bloggen. Hva jeg liker, hva jeg synes er fint, hva jeg vil dele. Bloggen min går under kategorien moteblogg.
(Benedicte, 24 år)*

*Bloggen min er en moteblogg. Jeg poster antrekk jeg har på meg og ting jeg har shoppet og ting jeg ønsker meg.
(Siri, 18 år)*

*Jeg startet bloggen fordi jeg hadde så mye bilder lagret på Pc-en min. Hver gang jeg så noe jeg likte, lagret jeg det på Pc-en. Men det ble jo aldri brukt til noe. Etter å ha begynt å legge merke til bloggene som poppet opp på nett tenkte jeg at det var en fin måte å bruke bildene jeg lagret. Så ble det til en personlig moteblogg.
(Linda, 26 år)*

Alle bloggerne i denne undersøkelsen kan som nevnt plasseres i kategorien personlige blogger, der hovedfokuset er bloggeren selv og deres liv (se kapittel 1.2.2). Hvorvidt informantene selv setter en merkelapp på sin egen blogg varierer noe, men de har alle en klar formening om hva det er de skriver om på bloggen. Dette kan være et tegn på at de bloggkategoriene som eksisterer ikke lenger er tilstrekkelige, og trenger å utvikles som en følge av at selve bloggsjangeren har utviklet seg. Michele Polak (2006:181) diskuterer hvordan identitetskonstruksjon på nettsider ikke alltid stemmer overens med aktørenes egne oppfatning av seg selv eller sin praksis. På denne måten kan det være problematisk å forsøke å kategorisere bloggpraksis, eller å forsøke å fange alle som en homogen gruppe, fordi aktørene gjerne har en klar formening om hvordan de oppfatter seg selv og andre.

4.3 Relasjoner

Det Schmidt (2007) kaller den andre strukturelle dimensjonen ved blogging, relasjoner, handler i stor grad om nettverksbygging og vedlikehold av relasjoner. Det er her snakk om hypertekstuelle relasjoner på den ene siden og sosiale relasjoner på den andre. Hypertekstuelle relasjoner oppstår gjennom hyperlenking, som for eksempel når én blogger lenker til en annen blogg i sin egen blogg. Sosiale relasjoner dreier seg gjerne oftere om å vedlikeholde og opprettholde sosiale bånd som allerede eksisterer utenfor bloggen. Petter startet sin blogg for moro blant vennene sine, men merket snart at han hadde lesere fra andre deler av landet. Ingrid sier at hennes blogg opprinnelig var en blogg med hennes venner som målgruppe. Begge disse to er eksempler på at bloggpraksisens utgangspunkt var å vedlikeholde sosiale bånd som eksisterte før og utenfor bloggen. Flere av de andre informantene viser, som jeg diskuterer under, at hypertekstuelle relasjoner er én av mange resultater bloggingen har ført til.

Jeg skal i dette kapittelet først se nærmere på hvilke tanker informantene i denne undersøkelsen gjør seg om sine lesere, samt hvilke forventninger de tror leserne har til dem selv. Videre kommer vi her inn på betydningen av tilbakemeldinger og kommentarer, før vi ser på hvilke tanker bloggerne gjør seg om eget potensial for å påvirke sine lesere. Til slutt vil jeg se på hvilke positive og negative konsekvenser som har meldt seg som resultat av bloggingen.

4.3.1 Forventninger og inntrykk

Som jeg skrev i kapittel 2.4, er et vesentlig trekk ved blogging og andre internettaktiviteter at man vet forholdsvis lite om hvem man interagerer med. Offentligheten på internett kjennetegnes av å bestå av et usynlig publikum, og det kan være både skummelt og befriende på samme tid, at man ikke vet hvem som leser det man skriver (boyd 2007a:9). Tidligere studier har også vist at nettbrukere i mange tilfeller henvender seg til et innbilt publikum, og i visse tilfeller kan det også forekomme at det man skriver plukkes opp av lesere man ikke verken forestiller seg at leser bloggen, eller som man i det hele tatt ønsker at leser bloggen (se boyd 2007a).

Brake (2007) diskuterer hvordan bloggere ikke nødvendigvis er interessert i et størst mulig publikum, men et ”riktig” publikum. Han viser til funn i sin undersøkelse der informantene i visse tilfeller kun henvendte seg til et ønsket publikum, og skrev som om uønskede lesere ikke eksisterte (Brake 2007:143).

4.3.1.1 Forventninger fra lesere

Felles for informantene i denne undersøkelsen, er at de alle tror leserne deres har relativt høye forventninger når det kommer til oppdateringer. Lars føler at hans lesere forventer å finne et nytt innlegg hver gang de går inn på bloggen hans, og syns selv det er svært irriterende. Petter tror også at hans lesere har ganske høye forventninger til hva de kan finne på bloggen hans, blant annet tror han de forventer morsomme historier. Også Martin tror leserne forventer at han alltid skriver underholdende. Siri, Benedicte og Linda peker også på forventninger om hyppige og jevnlig oppdateringer som mest fremtredende. Ingrid, derimot, tror det er mulig at leserne hennes ikke forstår at det er en privatperson, ikke et nettmagasin, som står bak bloggen hennes.

Bloggen kan anses som mer forpliktende enn anonyme diskusjonsgrupper (Flaaten 2005). Dette er også fremtredende tendenser i denne undersøkelsen, som viser at bloggerne generelt ser ut til å føle et ansvar for å tilfredsstille sine lesere, og til å oppdatere bloggen med interessante poster, jevnlig. Denne forventningen om jevnlig oppdateringer er underlagt de prosessuelle konvensjonene Schmidt (2007) diskuterer, og er en form for relasjonshåndtering (Schmidt 2007:1413). Det handler om hvordan bloggerne forholder seg til det sosiale rommet de oppholder seg i, altså hvordan de forholder seg til leserne sine. Mange bloggere unnskylder seg for å lide av "bloggtørke" eller for å være en dårlig blogger som enten ikke har oppdatert på en stund, eller som ikke har noe interessant å skrive om. Dette kan anses for å være et brudd på bloggetiketten, for som Benedicte sier, så er klaging og beklaging på at man ikke har oppdatert, samt lovnader om at man skal bli bedre på å oppdatere, noe som karakteriserer en dårlig blogger. Når det gjelder bloggere som unnskylder seg for å være dårlige bloggere, fordi de ikke har postet på en stund, viser det til en forventning om at de blir lest.

4.3.1.2 Forventede lesere

Informantene i denne undersøkelsen forholder seg noe forskjellig til det å ikke vite hvem man skriver for. Martin sier blant annet at han bare noen ganger tenker over hvem som leser bloggen hans før han poster et innlegg. Dette har å gjøre med nettets vedvarende og søkbare natur, der bloggposter lagres for så enkelt og greit søkes fram ved en senere anledning (boyd 2007a:9).

*Siden det er så enkelt å finne bloggen min må jeg nesten stå inne for alt jeg skriver, og alle meninger jeg poster. Må være forsiktig med å skrive ting som kan ha en negativ effekt senere.
(Martin, 16 år)*

Petter sier han skrev mye stygge ting før, men at han har sluttet å hetse ulike ting. Dette skyldes at han har fått sanksjoner på ting han har skrevet, og har måttet innrette sin oppførsel deretter. Benedicte har en regel at hun ikke skriver for personlige ting, mens Ingrid forsøker å unngå å såre noen og vil ikke spre for mye negativitet. Linda prøver å holde en linje der lesere er uvesentlig, mens Siri ikke i det hele tatt tenker over hvem som leser bloggen. Lars tenker som regel ikke over hvem som leser bloggen, og lar seg ikke begrense av at et usynlig publikum. Men han bemerker at det til tider kan bli litt flaut i ettertid ovenfor familiemedlemmer som leser bloggen hans. boyd (2008) påpeker hvordan man ikke alltid ønsker å formidle samme meningsinnhold og budskap til alle lesere, noe vi ser et godt eksempel på i dette tilfellet. Det som gjør det vanskelig, er at offentligheten på internett utgjøres av et usynlig publikum, der man ikke har mulighet for å se hvem som potensielt kan overhøre ens samtaler (boyd 2007a:9).

Når det gjelder hvilke tanker informantene gjør seg om sine lesere, noe som i stor grad også handler om selvrepresentasjon i ulike kontekster, er det generelt få som tenker over akkurat hvem det er som leser bloggen deres. Informantene ser ut til å være opptatt av at de ikke skal såre noen, eller gi fra seg for mye personlig informasjon, men det er ingen som kommentere hvem de ser for seg at leser bloggen.

4.3.1.3 Inntrykk og inntrykksstyring

Noen av informantene bruker bloggen som et utløp for sider ved seg selv de ellers ikke får vist, eller som et verktøy for å formidle noe. Her er vi igjen inne på bloggens funksjon for identitetskonstruksjonen, der det i dette tilfellet også handler om inntrykk og inntrykksstyring. Som jeg har nevnt tidligere, er gjerne ulike situasjoner forbundet med ulike rolleopptredener (Goffman 1992,1990), hvilket betyr at man opptrer forskjellig avhengig av hvem man interagerer med. Som jeg diskuterte i kapittel 2.4, er det nettopp her den største utfordringen med å fremstille seg på internett ligger, da man ikke vet hvem man opptrer for (boyd 2007a).

Noen av informantene bryr seg tilsynelatende mer om hvilket inntrykk de gir av seg selv enn det andre gjør. Her er det også en forskjell mellom ukjente lesere av bloggen, og venner som leser bloggen. Ukjente lesere har ingenting annet å bygge sitt bilde av bloggeren på, enn nettopp den informasjonen som kommer til syne i selve bloggen. Venner og kjente kan på den andre siden danne seg et mer nyansert bilde, fordi de har mer informasjon å bygge på ved siden av bloggen. Lars påpeker at leserne hans lærer han å kjenne på en helt annen måte enn det de ekte vennene hans gjør, og at de danner seg et bilde av han gjennom det de

leser i bloggen. Ingrid håper hun gir et ganske nyansert uttrykk for hvem hun er, men er klar over at det kanskje ikke alltid kommer så godt fram i bloggen.

*Jeg er en sammensatt person og viser naturligvis ikke alle mine sider, så det kan jo hende inntrykket leserne får er litt ensidig.
(Ingrid, 33 år)*

Dette med å vise fram en redigert versjon av seg selv, et utsnitt av virkeligheten, er det flere av informantene som påpeker. Martin tror at leserne hans får inntrykk av at han har et spennende liv, i og med at han selv kan velge hva han vil skrive om.

*Jeg gjør jo så klart alt jeg skriver om i bloggen, men det er mye kjedelig som skjer innimellom. Dette er ikke for å få folk til å tro at jeg lever så fryktlig spennende, men rett og slett for jeg tror det er de tingene som er verdt å lese.
(Martin, 16 år)*

Når det gjelder vennene hans, tror Martin at de gjennom bloggen får inntrykk av at han er selvpoptatt, fordi han poster en del bilder av seg selv. Selv mener Martin at bloggen hans er ganske lik han selv, og at hans digitale selv fungerer som en forlengelse av hans biologiske selv. *Jeg skriver det jeg tenker, gjør og føler i bloggen, så da er det jo sånn i virkeligheten (Martin, 16 år)*. Siri sier hun tror vennene hennes gjennom å lese bloggen hennes får inntrykk av at hun er mye mer moteinteressert enn de tror, og dette er et eksempel på at venner gjennom bloggen får ny informasjon om bloggeren. Hverken Ingrid eller Linda tror venner som leser bloggen får et annet inntrykk av dem enn de alltid har hatt, men mener bloggen bidrar til at venner i større grad kan holde seg oppdatert på hva de driver med. Ingrid understreker imidlertid også at vennenes inntrykk av henne er viktigere enn lesere som ikke kjenner henne, og som hun ikke vet hvem er.

Jeg kommer tilbake til informantenes ønske om å fremstå som ”seg selv” i kapittel 4.4.2. Som en generell tendens ser det likevel ut til at de fleste informantene er opptatt av inntrykket leserne får stemmer overens med virkeligheten i så stor grad som mulig, dog er de medvitende om at det bildet de presenterer av seg selv er redigert. Dette stemmer godt med funn i Reeds (2005) undersøkelse av blogger i Storbritannia, der mange av bloggerne ser på bloggen som seg selv, men det påpekes også at ikke hele dem er representert i bloggen. Bloggen er med andre ord kun et utsnitt av identiteten.

4.3.2 Kommentarer og tilbakemeldinger

Bloggere etterspør ofte kommentarer fra sine lesere, eller ber om å få tilbakemeldinger på innholdet i bloggen. Hovedvekten av informantene i denne undersøkelsen er av den oppfatning at det er viktig at noen leser og kommenterer på det de skriver i bloggen, men det er noe varierende hvilken funksjon kommentarene har. Én grunn kan være for å få vite hvem lesernes deres er, en annen for å finne ut hva de helst vil lese om eller hva folk synes om dem. Scheidt (2006) påpeker at den fremste forskjellen mellom en blogg og en papirdagbok er at den første publiseres online og derfor er tilgjengelig for alle som måtte ønske å lese, mens papirdagboken gjerne blir skrevet kun for sin forfatter;

*Hvis ingen leser det jeg skriver er det ingen vits i å publisere det på internett, da hadde jeg bare skrevet det i en privat dagbok. Så det (kommentarer) har en del å si.
(Martin, 16 år)*

Siri får mye mer lyst til å blogge når folk kommenterer, og som Benedicte påpeker, så bidrar kommentarene til at man føler en viss tilhørighet med leserne;

*Man blir glad i dem som stadig legger igjen kommentarer. Kommentarene er med på at det er en toveis kommunikasjon. Du lærer dessuten hva som er mest populært hos leseren. Hva de liker best å lese.
(Benedicte, 24 år)*

Som både Benedicte og Linda illustrerer her, kan kommentarene gi bloggeren en indikasjon på hvilke temaer og innlegg som er mest populære hos leserne. På denne måten kan man si at kommentarer og tilbakemeldinger har en læringsfunksjon, da det bidrar til at bloggeren kan lage en blogg som er enda bedre innrettet etter lesernes ønsker. Hvordan denne læringsfunksjonen påvirker selvrepresentasjonen vil jeg si mer om i kapittel 5.

*Det er viktig, da det holder meg motivert og jeg får en bedre ide av hvilke innlegg leserne liker.
(Linda, 26 år)*

*Jeg synes det er viktig med tilbakemeldinger. Jeg har mange lesere på min blogg, men jeg har dårlige lesere når det kommer til kommentering, da er de veldig slappe. Noe jeg synes er veldig dumt.
(Petter, 23 år)*

Krogstad (2007) peker på at blogg og nettmedier i motsetning til mange andre medier, gir mulighet for interaksjon med kommentarer, spørsmål og tilbakemeldinger fra leserne, og dette trekkes også fram av mine informanter.

Det (kommentarer) er jo kjempeviktig! Det er jo det som driver hjulet rundt! Når vi får kommentarer får vi lyst til å skrive mer!
(Lars, 18 år)

Schmidt (2007) diskuterer hvordan kommentarer også kan bidra til å etablere relasjoner i bloggsfæren, i og med at de som oftest inneholder en lenke tilbake til kommentatorens egen blogg. Lenker har også en rolle både i identitets- og relasjonshåndteringen. Det er overraskende lite fokus på lenker blant informantene i denne undersøkelsen. Kun én av informantene, Ingrid, nevner eksplisitt lenker, og sier hun kun lenker til tre andre blogger; *Det er også et bevisst valg. Jeg holder litt avstand (Ingrid, 33 år)*. I tråd med diskusjonen over innehar kommentarene en rolle i nettverksbyggingen, der de bidrar til å opprettholde relasjoner og er en del av bloggerens relasjonshåndtering (Schmidt 2007:1413). Dette kommer jeg nærmere inn på i kapittel 5.2.5. Videre kan det å ikke kommentere bety det samme som at man ikke bryr seg;

In the world of blogging '0 Comments' is an unambiguous statistic that means absolutely nobody cares. The awful truth about blogging is that there are far more people who write blogs than actually read blogs
(stodge.org, *The Personal Memoirs of Randi Mooney i Lovink 2008:ix*).

Ingrid synes derimot ikke antallet kommentarer spiller noen stor rolle, og sier hun synes det var like moro å blogge da hun hadde fem faste lesere som alle var hennes venner.

Haythornthwaite (2002:385) argumenterer for at et nytt medium kan ha positiv effekt på sterke bånd som allerede eksisterer, da det tilfører en ny plattform å opprettholde kontakten på.

Som jeg påpekte i kapittel 4.2.1. er informantene enige om at en god blogger tar seg tid til å svare på kommentarer fra leserne sine. De er også enige om at kommentarer og tilbakemeldinger er viktige både for bloggmotivasjonen og for interaksjonen med leserne. Samtidig er det et paradoks at flertallet av informantene i denne undersøkelsen bruker minimalt med tid på å lese og kommentere andres blogger (se kapittel 4.1.). Her er det tegn på at alle gjerne vil ha kommentarer og aktive lesere, mens de selv er lite aktive på andres blogger. Denne manglende aktiviteten på andres blogger kan skyldes at bloggerne har begrenset med tid, som skal fordeles på egen og andres blogger. Livingstone (2002) har tidligere påvist at den totale mediebruken et individ har tilgjengelig, i tur påvirker bruken av ett enkelt medium. Den halvannen timen bloggerne bruker på internett hver dag, skal fordeles på alle deres internettaktiviteter. I praksis betyr dette at jo mer tid de bruker på å vedlikeholde sin egen blogg, jo mindre tid blir det igjen til å lese og kommentere på andres blogger.

4.3.3 Bloggerens påvirkningspotensial

Hvorvidt informantene selv føler at de har påvirkningskraft varierer, men når det gjelder utvalget i denne undersøkelsen, handler påvirkningspotensialet kanskje mer om kjøpekraft og konsum ovenfor enkeltpersoner, enn om holdningsendringer i samfunnet, selv om dette også nevnes av enkelte informanter. Petter vet at en del av produktene han har skrevet om i bloggen, har han fått leserne sine til å kjøpe. Siri tror også hun er med på å påvirke og inspirere enkeltpersoner når det gjelder deres kjøp, mens Benedicte tror hun kan bidra til å si noe om kommende trender.

*Jeg har stadig stigende lesertall, så en viss påvirkningskraft har jeg. Samtidig så føler jeg at jeg har en viss sans for mote og på den fronten bidrar med mitt. Hva som kommer til å bli mote, for eksempel.
(Benedicte, 24 år)*

Kanskje viktigere enn annonser er produktomtale i blogger i så henseende. Mange bloggere bidrar, uoppfordret og ulønnet, til at enkelte produkter blir svært populære.

*Jeg velger å bruke min makt til å få folk til å tenke litt, nyte livet mens man har det, sette pris på det man har. Også reklamerer jeg gjerne (dog gratis og uoppfordret) for miljøvennlige løsninger som bærenett, økologiske nettbutikker og sånt. Jeg gir råd når noen ber om det, men oppfordrer også til å ta egne valg.
(Ingrid, 33 år)*

Ingrid trekker frem at i Sverige blir klær, neglelakker og lignende revet bort fra hyllene dersom de har figurerte i prominente blogger.

*Jeg har påvirkningsgrad i ganske liten grad, men helt klart litt påvirkning. Jeg tror bloggere påvirker hverandre seg imellom.
(Linda, 26 år)*

Det finnes også eksempler på enkelte bloggere har opparbeidet seg spesielle posisjoner og autoriteter på visse områder, som gir dem en større tyngde når det gjelder å utøve innflytelse over sine lesere. Ingrid påpeker at en blogger som har vunnet sine leseres respekt kan ha stor makt og påvirkningskraft.

Schmidt (2007) påpeker at det også i bloggsfæren utpeker seg mønstre som indikerer oppmerksomhet og popularitet, som videre påvirker informasjonsflyt og spredning av ideer. Dette er et perspektiv som ofte trekkes inn når det gjelder politisk innflytelse og bloggens demokratiserende side, men kan, som vi har sett, også trekkes frem som en viktig side ved personlige blogger som handler om mer hverdagslige temaer. Som jeg diskuterte i kapittel

2.2.1, er det vanlig å bruke kjente bloggere som opinionsledere i en diffusjonsprosess, da man regner med at disse aktørene har et visst påvirkningspotensial ovenfor sine lesere (se Frønes & Futsæter 2008; Lazarsfeld & Katz 1960).

4.3.4 Bloggingens konsekvenser

Motivene for å begynne å blogge fører nødvendigvis med seg konsekvenser, som ikke alle er tilsiktede. Goffman (2005) diskuterer hvordan enkelte aktører velger å utsette seg selv for risikofylte situasjoner, fordi belønningen oppleves som stor nok. I dette tilfellet kan kommentarer oppleves både som negative og positive opplevelser, men bloggeren selv har liten kontroll over utfallet av kommentarene. Clark (2009) argumenterer for at dette tapet av kontroll over egen selvrepresentasjon er en av skyggesidene ved digital selvframstilling. Informantene i denne undersøkelsen har alle opplevd å få negative og kritiske tilbakemeldinger på sin egen blogg og person, men det ser likevel ut til at de positive konsekvensene veier opp for de negative, og dermed gjør det verdt å fortsette bloggingen.

4.3.4.1 Positive konsekvenser

Dagen lyser opp av alle de koselige kommentarene jeg får (Siri, 18 år). Det er først og fremst tilbakemeldinger fra lesere, enten via kommentarer i bloggen eller som møter i hverdagen, som trekkes fram som de positive konsekvensene bloggingen har ført med seg.

*Det er alltid artig å gå inn på bloggen og se at jeg har fått nye kommentarer på hva jeg skriver. Jeg har blitt kjent med nye mennesker, og får koselige meldinger og kommentarer om bloggen.
(Martin, 16 år)*

Lars sier han har fått mange fans av å blogge, og opplever stadig å bli stoppet på gaten. Også Petter sier han ofte møtes av positive tilbakemeldinger fra ukjente folk på gaten og på utesteder. Ellers står også nettverksaspektet og nye bekjenskaper høyt i kurs blant de positive konsekvensene.

*Man blir kjent med mange hyggelige bloggere og danner seg gode nettverk som kommer nyttig med i ulike anledninger.
(Linda, 26 år)*

Blant mine informanter er det opptil flere som oppgir å ha fått nye venner som resultat av bloggingen, og disse vennskapene manifesterer seg både som hypertekstuelle og sosiale relasjoner. Faktisk er det bare Ingrid som sier at bloggingen ikke har ført til at hun har fått nye

venner eller bekjenskaper. Siri har kun møtt én blogger i virkeligheten, men føler likevel at hun kjenner noen mye bedre enn andre, selv om hun aldri har tatt det så langt som til å møtes. Martin sier han har fått noen nye bekjenskaper gjennom bloggen som han kun opprettholder kontakt med via Facebook, nok et eksempel på hypertextuelle relasjoner som kun oppretthodes på nettet.

Det er også en mulighet for at hypertextuelle relasjoner kan gå over til å bli sosiale relasjoner og omvendt. Petter sier også at han har fått mange nye venner takket være bloggen sin, og Lars mener han har fått så mange som 12 nye venner gjennom bloggen, og at det er noe av det beste med bloggingen. Disse vennene har han jevnlig kontakt med også ”irl”²⁰, utenfor bloggen.

Jeg har for eksempel fått min beste venninne fra bloggsamfunnet. Hun blogger ikke lenger i dag, men vi er fortsatt gode venner og treffer hverandre stadig. Jeg har blitt venner med flere bloggere og også møtt de i virkeligheten. Jeg har minst 12 av de som venner, som jeg faktisk snakker med på telefon, møter på kafé, chatter med...
(Lars, 18 år)

Det oppstår ofte ”clusters” eller noder av bloggere, en form for nettverk der de samme bloggerne gjensidig lenker til hverandre og på denne måten former et eget samfunn basert på ulike emner og felles interesser (Schmidt 2007:1416). Som jeg diskuterte i kapittel 2.2.3, oppstår mange av disse broene gjennom bloggingen, og danner svake ledd til hverandre (se Schmidt 2007:1417; Granovetter 1983,1973). Et eksempel på slike svake bånd, er ”motebloggergjengen” som Benedicte sier hun har blitt en del av. Hun anser denne nettverksdeltakelsen som en av de positive konsekvensene av bloggingen, da dette er mennesker hun ikke ville kommet i kontakt med uten bloggen. Hvorvidt nettverksaspektet er en forventet, eller ønskelig, del av bloggingen, ser det ut til å være motstridene tendenser rundt. Aktører kan, som jeg diskuterte i kapittel 2.2.2, ha ulike motiver for å blogge. Ingrid, den eldste av informantene, påpeker at hun ikke er ute etter å få nye venner eller bli en del av noe bloggmiljø. Dette kan kanskje være et tegn på at de eldste informantene har ytre motiver, eller driver med dialogisk blogging. De yngre informantene bruker bloggen som en måte å komme i kontakt med andre bloggere med tilsvarende interesser på, hvilket Walker (2003) kaller indre motiver, og Brake (2007) refererer til som teleologisk blogging.

For Ingrid har bloggingen også ført med seg en holdningsendring hos henne selv. Ved å sette fokus på livsnytelse hos sine lesere, mener hun at det også har gitt resultater hos henne selv.

²⁰ ”irl” står for in real life, og henviser til offline, livet utenfor internett (Encyclopedia 2009a).

*Jeg tror nok min misjon om å nyte livet har gitt resultater hos meg selv også - jeg er nok mer positiv generelt enn jeg var tidligere.
(Ingrid, 33 år)*

Benedicte fremhever også læringsaspektet som positivt;

*Jeg har lært ekstremt mye. Enten det er hvordan bruke nettet som verktøy, eller gjennom ting jeg har skrevet om eller lært noe fra leserne.
(Benedicte, 24 år)*

Igjen ser vi en referanse til bloggens mulighet og tilrettelegging for interaktivitet, og at det å ha et publikum, innbilt eller reelt, kan veie positivt i avgjørelsen om å blogge.

4.3.4.2 Negative konsekvenser

Når det så kommer til de negative konsekvensene av bloggingen, er det først og fremst kritikk og negative tilbakemeldinger som råder. Benedicte mener dog at kritikk kan snus til en positiv ting, fordi man lærer av det, selv om det oppleves som ubehagelig. Ellers er det også her en annen form for læring involvert. Petter sier for eksempel at ting han har skrevet i bloggen har blitt plukket opp av folk han ikke trodde leste den, og dette har igjen kommet tilbake til han.

Når det gjelder hvorvidt de har fått noen uvenner som følge av bloggingen, ser det ikke ut til å være en stor forekomst blant mine informanter. Av de syv informantene er det kun to, Martin og Petter, som oppgir å ha fått uvenner som en følge av bloggingen, men det ser ikke ut til at bloggingen er den eneste grunnen verken i Martin eller Petters tilfelle.

*De få negative kommentarene jeg har fått har kommet fra folk jeg ikke er venner med i utgangspunktet.
(Martin, 16 år)*

*Jeg har mistet en nær venn. Bloggingen er ikke hovedårsaken, men det var en del ting som ble skrevet der som vedkommende ikke likte.
(Petter, 23 år)*

Lars sier han har opplevd at noen bloggere som har blitt sjalu på han har blitt hans uvenner, og at han har funnet en del negative kommentarer om seg selv på andres blogger. Lars har opplevd å bli ringt opp midt på natten av lesere som ville kritisere bloggen, og som en følge av dette skaffet han seg skjult telefonnummer.

Ingen av jentene oppgir å ha fått uvenner gjennom blogging, i alle fall ikke som de er klar over.

*(Jeg har ikke fått noen uvenner) som jeg vet om. Men man vet aldri. Noen kan jo ta det ille opp at man utleverer seg på denne måten. Men jeg har aldri fått den typen tilbakemeldinger.
(Linda, 26 år)*

Martin har lært at informasjon er lett tilgjengelig på internett, og at ting som publiseres lett kan komme tilbake til en selv senere. Søkbarhet er nettopp ett av aspektene som er karakteristisk for sosialisering på internett, og som kan føre til utfordringer for bloggeren (boyd 2007a).

*Det er litt dumt at det bloggen er det første som kommer opp når man søker på navnet mitt på Google, siden da kan alle finne bloggen min. Men jeg ser ikke akkurat på det som et problem, for jeg står for alt jeg skriver i bloggen.
(Martin, 16 år)*

Linda er også oppmerksom på at man gjennom bloggen gir fra seg mer informasjon om seg selv enn det som kanskje er intendert.

*Det som er litt skummelt er at "alle" plutselig vet så mye om deg. Jeg føler ikke at jeg gir ut så mye personlig informasjon, men allikevel får man vite en del om meg gjennom blogginga.
(Linda, 26 år)*

Dette kan forstås ut ifra "impressions given off", informasjon som gis bort ubevisst, i motsetning til informasjon man gir fra seg med viten og vilje (se kapittel 2.3). Jeg kommer i kapittel 5.1 tilbake til hvordan også informasjonen man avgir er med på å forme et bilde av bloggeren.

Når det gjelder konsekvenser av bloggingen, er det først og fremst nye venner og bekjenskaper som nevnes som det mest positive bloggingen har ført med seg. Én av informantene sier at hun ikke er opptatt av å få nye venner gjennom bloggen, mens de andre ser på sine nye bekjenskaper som positive konsekvenser av bloggpraksisen. Kommentarer og tilbakemeldinger trekkes også fram som positive konsekvenser av bloggingen.

Ingen av informantene i denne undersøkelsen har opplevd de helt store negative konsekvensene som følge av sin bloggpraksis, men det finnes eksempler på bloggere som blant annet har mistet jobben på grunnlag av ting de har skrevet i sin private blogg (Dagbladet 2009). Andre har blant annet opplevd at bloggingen har gått utover det sosiale livet i så stor grad at de har måttet se seg nødt til å legge ned bloggen (D2 2009). Én av informantene i denne undersøkelsen har måttet skaffe seg skjult telefonnummer etter negative og kritiske oppringninger, men han mener det er noe han må tåle. Et par av informantene påpeker også at det har oppstått negative konsekvenser som følge av at de ikke har visst hvem som har lest

bloggen, men ellers ser det ut til at de positive konsekvensene bloggingen har ført med seg, langt på vei veier opp for de negative. Dette tyder på at utbyttet av bloggingen er større enn den potensielle risikoen man utsetter seg for (Goffman 2005).

4.4 Koder

Schmidt (2007) diskuterer som vist, tre strukturelle dimensjoner ved blogging, der de to første er konvensjoner og relasjoner, mens den tredje og siste dimensjonen som er aktuell her, koder, består av programvaren og den underliggende arkitekturen. Blood (2002a:ix) hevder at programvareutviklere har hatt en tendens til å fokusere på format heller enn funksjon når de har laget bloggeverktøy, og påpeker videre at det er naturlig at verktøy som er designet for et spesifikt format, som bloggverktøy i dette tilfellet, nødvendigvis forandrer uttrykket. Dette er et aspekt som ofte overses, men som også legger føringer på utkommet av bloggen (Bratteteig 2008). Jeg skal i det følgende undersøke hvordan informantene i denne undersøkelsen forholder seg til den tilgjengelige teknologien.

4.4.1 Teknologiske implikasjoner

Det finnes to typer bloggprogramvare, enten bloggtjenere som blogger.com eller blogg.no på den ene siden, eller bloggskriptpakker som wordpress.com eller typepad.com på den andre (Schmidt 2007:1417). Bloggtjenere tilbyr bloggere plass på sine servere, der man får tilgang til en å sette opp en egen blogg, men med begrensede muligheter til kontroll av lagringsplass og endring av design. Bloggtjenere er enkle i bruk, og krever lite teknisk kompetanse av brukere, da alt man trenger å gjøre er å fylle inn sin egen informasjon i allerede ferdigprogrammerte felter. Bloggskriptpakker på den andre siden gir bloggeren større kontroll over egen blogg, da disse må installeres på bloggerens egen server, og krever igjen større teknisk ekspertise enn bruk av bloggtjenere gjør. Schmidt, Wilbers og Paetzolt (2006) understreker at forskjellene mellom bloggtjenere og bloggskriptpakker ikke bare fører til ulike sammensetninger av brukergrupper, men også til ulike nivåer av tilfredshet med programvaren.

Av mine informanter er det kun én, Petter, som benytter seg av en såkalt bloggskriptpakke, nemlig typepad.com²¹. De seks andre bruker bloggtjenere, og er likt fordelt på henholdsvis Blogspot/ Blogger²² som er drevet av Google, eller Blogg.no²³, som er en

²¹ <http://www.typepad.com/>

²² <https://www.blogger.com/start>

²³ <http://blogg.no/>

norsk blogg tjener. Flertallet av informantene er sånn passe fornøyd med de mulighetene bloggverktøyet deres gir for å endre layout og design, samt mulighet til å laste opp bilder og lage lenker, mens kun to informanter ser svært godt fornøyd med de valgmulighetene som er tilgjengelige. Men det er også nettopp disse tingene de er mest misfornøyd med, og da spesielt at det er for få og for lite avanserte, valgmuligheter når det gjelder layout og utseende på bloggen.

Når det gjelder hvorvidt de er fornøyd med teknologien, er det som tidligere nevnt kun to av informantene som sier seg godt fornøyd med de mulighetene blogg tjenerne deres har å tilby. Schmidt (2007:1417) skriver at programvarekoder er fundamentale for bloggepisoder, fordi det både kan muliggjøre- og legge restriksjoner på visse aktiviteter. Avhengig av individuelle ferdigheter. Påpeker Schmidt (2007:1417) at bloggeren kan hjelpe på henholdsvis identitets-, informasjons- og relasjonshåndteringen i bloggen ved å personliggjøre og modifisere programvaren.

*Heldigvis er jeg veldig flink med html og sånne koder så jeg kan gjøre ting manuelt og forandre det jeg vil.
(Siri, 18 år)*

En god illustrasjon på hvordan det teknologiske legger føringer på uttrykket, og dermed på selvrepresentasjonen, fremheves av Siri, som ikke er så fornøyd med mulighetene bloggverktøyet hennes byr på.

*Når man laster opp bildene forandrer blogg.no automatisk størrelsen på bildet, og det blir skurrete. Dette er dårlig. Ellers så syns jeg layoutene man kan velge mellom er stygge og vanskelige å forandre på og få det slik man eventuelt vil ha det. Jeg mener, det er så få valg.
(Siri, 18 år)*

Siri er spesielt oppgitt over at når man laster opp bilder på blogg.no, så forandres automatisk størrelsen på bilde og de blir skurrete. Det er forståelig at hun syns dette er irriterende, når hun senere sier at hun syns det som gjør en blogg god er masse bilder med god kvalitet. Her ser vi et eksempel på at de tekniske premissene kan påvirke selvrepresentasjonen, da man gjerne vil fremstå som en god blogger med høy bilde kvalitet, mens bloggverktøyet ikke tilrettelegger for dette. Lars påpeker at blogg.no kanskje har et noe vanskelig layouts system, men at man kommer inn i det etter noen timers plundring. Ingrid mener også Blogger har noe begrensede muligheter når det gjelder layout og design, men at det likevel har vært tilfredsstillende for hennes del. Heller ikke Petter, den eneste av informantene som benytter en såkalt bloggskriptpakke, er helt fornøyd med alle de teknologiske aspektene ved Typepad.

boyd (2006a) diskuterer også hvordan hvilke bloggjenere man benytter seg av vil få innvirkning på resultatet av selvrepresentasjonen. Dette i og med at de ulike bloggeverktøyene tilrettelegger for ulike måter å laste opp bilder på, muligheter til å endre og personliggjøre utseendet på bloggen. Teknologien spiller en viktig rolle i digitale og medierte selvrepresentasjoner, og legger føringer på identitetshåndteringen. Bratteteig (2008:281) diskuterer hvordan både selve fortellingsprosessen, i dette tilfellet bloggingen, og den resulterende fortellingen, bloggposten, forskanser egenskaper ved digitale elektroniske systemer, og er samtidig påvirket av dem.

Med andre ord kan vi si at selvrepresentasjonen som kommer til syne er et resultat av den tilgjengelige teknologien og må dermed innrettes etter denne. Det er snakk om både tilrettelegging og begrensninger. Schmidt (2007:1417) påpeker at selv om programvaren gjerne utvikles først og fremst med tanke på funksjon, så vil den etter hvert justeres som et resultat av bruk og sosial praksis. Dette betyr at bloggverktøy kan justeres etter hvert som det tas i bruk av bloggere, og man erfarer hva som fungerer eller ikke i praksis. Aktørene har på denne måten mulighet til å påvirke teknologien som igjen legger føringer på selvrepresentasjonen.

Det teknologiske vil ikke bare legge føringer på, men også påvirke, selvrepresentasjonen i en blogg blant annet fordi ulike bloggverktøy gir ulike muligheter når det gjelder valgfrihet i design og tilgjengelige funksjoner. Videre vil programvarekoder være fundamentale for bloggingen, nettopp fordi de både kan tilrettelegge for, men samtidig begrense visse handlinger, som for eksempel muligheten til å laste opp bilder. Schmidt (2007) diskuterer hvordan en blogger, avhengig av egne ferdigheter, kan benytte seg av tilleggsfunksjoner som igjen kan bidra til å lette informasjons-, identitets- og relasjonsstyring. Et annet spørsmålet er om hvorvidt bloggerne benytter seg av alle mulighetene teknologien og bloggmediet byr på, eller om de kun tilpasser det de allerede kan, vet om og kjenner til, til nye former? Thumim (2008) påpeker, som jeg skrev i kapittel 1.2.1, at deltakelse på internett krever visse nivåer av ”media literacy” og spesifikk kompetanse.

4.5 Selvrepresentasjon i den personlige bloggen

I tråd med tidlig internettforskning (se bl.a. Turkle 2005,1997), er det fortsatt enkelte som hevder at blogger på internett utgjør en trygg ramme der kontrollert selvrepresentasjon kan finne sted, og der selvet kan iscenesettes som aktøren selv ønsker (Gumbrecht 2004; Herring et al. 2004). Spørsmålet er om dagens nettbrukere tenker over at det er en mulighet å innta en

annen rolle, eller om de ser det som en selvfølge at de skal ”være seg selv”, fordi de ser nettet som en naturlig forlengelse av offline og det selv de ellers presenterer.

Jeg skal her ta for meg informantenes tanker om hvor personlig det er bra å være i bloggen, samt hvilke tanker de gjør seg om mulighetene for å spille andre roller enn de gjør til vanlig. Sist i dette kapittelet vil jeg kikke på én av de uuntenderte konsekvensene flere av informantene har opplevd, nemlig en økt bevissthet om sin egen person.

4.5.1 Synet på ”det personlige”

Som vi har sett tidligere, er personlighet og originalitet noe av det som gjør en blogg god (Mortensen & Walker 2002:249), men i denne undersøkelsen er det noe uenighet blant informantene om hvor personlig en blogg bør være for å være god, og hvor personlig informantene selv føler seg vel med å være i sine blogger. Martin liker at bloggen er personlig og utleverer litt av forfatteren. Calvert (2000) kaller dette behovet mennesker har for å observere andres liv for mediert kikkermentalitet. Dette diskuterer jeg nærmere i kapittel 5.

*Jeg liker også å få en sniktitt inn i andres liv, gjennom å se på hjemmet deres, klesskapet deres, veskeinnholdet, hvor de jobber... Ja rett og slett få en liten smakebit på andres liv.
(Linda, 26 år)*

Siri er derimot av den oppfatning at en blogg ikke trenger å være personlig for å være god, og selv mener hun at hun ikke er spesielt personlig i sin blogg.

*En blogg trenger ikke å være personlig for å være god. Jeg liker best moteblogger, så da interesserer det meg ikke så veldig hva de skal i kveld og sånn, selv om jeg ikke har noe spesielt i mot det. Men det er ikke sånn at jeg savner det hvis dagsplanene ikke følger med i innlegget.
(Siri, 18 år)*

Som jeg skrev i kapittel 4.2, er det viktig at bloggeren gir av seg selv, men dette handler like mye om å ta seg av leserne, som å avsløre for mye om sitt privatliv. Samtidig understrekes det fra flere hold at leserne må vite hva de har å forholde seg til, de må ha noe å kjenne seg igjen i for at bloggen skal være interessant. Ergo er det viktigere at bloggen har et gjenkjennelig tema og at den representerer en helhet, heller enn at den er for personlig. Miller og Shepherd (2004) argumenter også for at det er viktigere for aktørene å skape seg en helhetlig identitet, heller enn å spille roller.

Når det er snakk om hvor personlige de synes det er greit å være i egne blogger, varierer også svarene noe. To av informantene mener de ikke er personlige i det hele tatt, tre

mener de er sånn passe balanserte i hva de gir ut av personlig informasjon, mens to mener en blogg er til nettopp for å være personlig.

*Jeg mener en blogg skal representere hvem du er, uansett hva du skriver om og hvilken type blogg du har. Uansett om du utdyper deg i forskjellige tresorter i Amazonas eller bare ditt daglige liv, burde personlighetene di skinne gjennom.
(Martin, 16 år)*

Samtidig påpekes det at man må finne en balansegang, og at det ikke er alt som egner seg for å publiseres på internett. Det kommer ikke klart fram akkurat hva informantene legger i begrepet personlig, men de fleste har et bevisst forhold til sine egne grenser. Dette kan også være et resultat av aldring, og at man derfor vet bedre hvem man er og hva man vil.

*Jeg bruker ikke navn verken på meg eller mannen min, jeg passer litt på å ikke være for detaljert i forhåndsomtale av våre planer, skriver ikke så mye om vennene mine, legger ikke ut gjenkjennelige bilder av oss... Samtidig synes sikkert noen at jeg er veldig personlig, ettersom jeg legger ut bilder fra hjemmet vårt, fra turer, ting jeg eier... Men jeg synes jeg klarer å balansere det bra. Jeg kjenner mine grenser godt.
(Ingrid, 33 år)*

Det skal også nevnes at av de syv informantene i denne undersøkelsen, er det kun to av dem, Ingrid og Linda, som blogger anonymt under alias. Disse to har også som regel at de ikke legger ut gjenkjennelige bilder av seg selv. De resterende fem blogger under eget navn, og legger ut fullt identifiserbare bilder av seg selv.

4.5.2 Om å "være seg selv" i bloggen

For informantene i denne undersøkelsen, er det gjennomgående svært viktig å være seg selv, eller i det minste å fremstå som seg selv. Linda sier hun vil at de som kjenner henne også skal kjenne henne igjen i bloggen hennes. Petter synes også det er viktig å være seg selv, selv om han overdriver en del i bloggen sin. Også for Siri, Benedicte og Lars er det viktig å være seg selv, men informantene er derimot ikke helt enige i at bloggen deres gir et godt og riktig inntrykk av hvem de er. Faktisk er det kun to av syv informanter som er helt enige i at bloggen representerer dem selv på en korrekt måte.

Tre av informantene påpeker imidlertid at bloggen er redigert, og dermed fungerer som et filter mellom offline og online. Serfaty (2004:13-14) kaller denne funksjonen for "the veil of the screen", altså at bloggen fungerer som et slør som filtrerer inntrykk og informasjon.

*Bloggen skal jo representere hvem jeg er som person, noe som er ganske vanskelig for backspacetasten er kjekk å ha når man skriver noe som man tenker over noen sekunder etterpå. Og den muligheten har man ikke i virkeligheten. Så på en måte har man muligheten til å filtrere seg selv, men så lenge man fremstiller seg på en måte som gjenspeiler den virkelige deg, ser jeg ikke noe galt i det.
(Martin, 16 år)*

Martin påpeker at denne redigeringsmuligheten ikke er noe man har i virkeligheten, noe også Lars er seg bevisst; *På bloggen er jeg bloggeren Lars, en litt annen versjon av meg. En mer redigert person (Lars, 18 år)*. Ingrid påpeker også at bloggen kun er én del av hvem hun er;

*Det er veldig viktig å være meg selv, jeg ønsker ikke å framstå som noen annen. Samtidig holder jeg veldig igjen så det ikke blir for personlig. Alt jeg skriver er meg, men jeg er veldig mye mer enn det jeg skriver.
(Ingrid, 33 år)*

Schmidt (2007:1413) fant at 30% av bloggere brukte pseudonym eller blogget anonymt, noe han mente kunne ses som en passende strategi for å balansere forventningene om å være personlig/ offentlig. For begge de to informantene mine som blogger under pseudonym, Linda og Ingrid, er det også svært viktig å ikke framstå som noen annen.

4.5.3 Selvbevissthet og selvrefleksjon

Som en følge av å stadig være på utkikk etter inspirasjon til bloggen, er det flere av informantene som peker på at de blant annet tar flere bilder enn de gjorde før de begynte å blogge. Et ønske om å dokumenter sitt eget liv er ikke nødvendigvis uttalt eller tilsiktet, men kan komme som et resultat nettopp av at man tar flere bilder enn tidligere.

*Videre tar jeg mye mer bilder enn før, med tanke på å legge ut noe i bloggen. Jeg ser mye jeg vil dele med leserne mine. Det bidrar jo til at jeg dokumenterer livet mitt i mye større grad enn før.
(Ingrid, 33 år)*

Denne stadige dokumentasjonen kan igjen bidra til økt selvinnsikt og selvrefleksivitet, og føre til at man får et bedre bilde av hvem man selv er, blant annet fordi man i ettertid kan se hvordan ens egen smak har utviklet seg.

*Jeg blir stadig mer bevisst på hva jeg trekkes mot. Det kommer nok av at jeg selv ser hva som er gjengangere i bloggen. Musikkmessig, designmessig og klesmessig. Etter at jeg begynte å moteblogge har jeg sluttet å "ville være som andre". Jeg kan gjerne bli inspirert av andre, men mangfold viktig og nettopp derfor rendyrker jeg det jeg selv liker.
(Benedicte, 24 år)*

Linda tror det at man får uttalelser om sin egen person fra andre, også kan føre til en økt bevissthet rundt hvem man er. På en annen side kan denne økte selvbevisstheten også skyldes aldring, som jeg argumenterte for over, og som Ingrid også påpeker. Martin anser seg selv for å fortsatt være ”under konstruksjon”, og derfor ikke er helt bevisst på hvem han er. Dermed kan bevisstheten om denne flytende identiteten være en følge av bloggingen som har ført til økt selvrefleksivitet.

*Jeg er nok ikke helt bevisst på hvem jeg er eller ønsker å være riktig enda, så jeg er litt sånn ”under konstruksjon”. Når jeg leser tilbake på gamle innlegg ser jeg hvordan jeg har forandret meg bare på den korte tiden jeg har hatt bloggen, og dette gjør meg nok mer bevisst på hvem jeg er akkurat nå.
(Martin, 16 år)*

Også Lars merker at han har lært seg selv å kjenne i løpet av de siste årene, og merker selv at han har forandret seg på måten han skriver på. Dette poenget trekker også Blood (2002b) fram. Blood skriver at hun oppdaget sine egne interesser etter å ha blogget lenge, og i tillegg begynte hun å verdsette sine egne meninger i større grad.

Det forekommer ulikheter mellom alder og kjønn i denne undersøkelsen, men utvalget er for lite til at man kan trekke generelle slutninger på grunnlag av den. Det er likevel interessant å merke seg at den yngste informanten påpeker at han fortsatt er ”under konstruksjon”, og at bloggen hjelper han å se hvordan han utvikler seg, mens den eldste informanten ikke tror bloggen har endret hennes forståelse av seg selv. På samme måte som identitet er dynamisk, blir bloggen heller aldri ferdig, men er også den i stadig utvikling.

4.6 Oppsummering og tema for videre diskusjon

Til sist i denne delen av oppgaven vil jeg oppsummere hovedtrekkene som er avdekket i analysen, og med det rede grunnen for den videre diskusjonen som kommer i del III.

Alle informantene i denne undersøkelsen skriver personlige blogger, der den røde tråden er dere selv og egne liv. Ingen av disse bloggene har veldig høye lesertall, og det er kun to av syv blogger som befinner seg blant topp 100 av norske blogger. Informantene i denne undersøkelsen ligger noe over befolkningens gjennomsnitt når det gjelder tidsbruk på internett, mellom én og tre timer daglig. Det er en gjennomgående tendens blant informantene at de bruker brorparten av sin internettid på egen bloggpraksis, fremfor å oppdatere seg på andres blogger.

Hva som gjør en blogg god, har jeg diskutert i kapittel 4.2.1 under samlebegrepet bloggetikette (Schmidt 2007:1414). De viktigste aspektene her utgjøres av innholdsmessige

komponentene som å utvise originalitet, gode og beskrivende tekster, samt fine bilder av høy kvalitet. Videre er det utseendemessige komponenter som enkle og oversiktlige design, samt egenskaper som går mer direkte på bloggerens person. Her er det viktig både å opparbeide seg respekt hos sine lesere, og å utvise respekt for de som leser bloggen. Hvorvidt bloggetiketten oppfylles påvirker både identitets-, informasjons- og relasjonshåndteringen i bloggen (se kapittel 2.2.2). Utvelgelsen av innhold som presenteres i bloggen bidrar til å opprettholde bloggerens informasjonshåndtering, ved at bloggerne leter rundt på nettet for å finne innhold de kan publisere i bloggen. Benedicte påpeker dette når hun sier at hun har faste sider hun har merket ”blogginspirasjon”. Gjennom publiseringen av sine bloggposter vil bloggerne avdekke sine preferanser, og dette påvirker identitetshåndteringen i bloggen. Ingen av informantene tjener de helt store pengene på bloggen sin, men enkelte er mer velvillig innstilt til sponing og annonsering enn andre. Annonsering og sponing er også elementer som vil påvirke identitetshåndteringen, og flere av informantene påpeker at dersom de skal ha annonser i bloggen må det føles riktig, og representere dem selv på en god måte. Som Linda sier; ”jeg har ikke funnet de rette annonsørene, jeg vil at det skal være riktig for bloggen min og meg” (se kapittel 4.2.2).

Gauntlett (2007:195) bemerker at akademia fortsatt er opptatt av fragmenterte postmoderne identiteter, men at hans undersøkelser konkluderte med det motsatte. Han er slått av hvor sterk vilje informantene har til å være koherente, deres ønske om å samle et solid og komplett syn på sin selvidentitet. Dette stemmer godt med mine funn, da alle informantene i denne undersøkelsen er svært opptatt av å fremstå som seg selv, og at deres bloggidentitet skulle stemme overens med deres offlineidentitet. Dette til tross for at flere av informantene påpeker at det selvet de presenterer i bloggen er en redigert og filtrert utgave av hvem de er.

Det er viktig å opptre med overbevisning. Informantene i denne undersøkelsen støtter dette argumentet, når de karakteriserer en dårlig blogger for å få oppmerksomhet, for å bli kjent og for ikke å bry seg om leserne sine. Det ekte og autentiske har en viktig plass i bloggetiketten, og det er allmenn enighet blant informantene om at det er svært viktig å ”være seg selv” i bloggen. Det faller i dårlig jord å fremstå som noe annet online enn man gjør offline, og informantene ser generelt ingen forskjeller mellom hvem de er online og offline. Også tidligere studier av selvrepresentasjon i sosiale nettsamfunn har kommet fram til at nettbrukeren i stor grad ser på nettaktiviteten som en forlengelse av offline (boyd & Heer 2006; boyd 2004). Likevel påpekes det fra flere hold i denne undersøkelsen at bloggen kun viser en redigert og filtrert utgave av dem selv, slik er det ingen fullstendig overensstemmelse mellom online- og offlineidentiteten til bloggerne. Både det å være personlig og å ”være seg

selv” er nært knyttet sammen med en forventning om autenticitet, en bestrebelse på å representere noe ekte. Meyrowitz (1985) hevder at mange mennesker nå føler at de har sluttet å ”spille roller”, at de er mer naturlige og simpelthen bare ”er seg selv”. Samtidig, hevder han, blir vi mer vare for iscenesatte roller spilt av *andre*, og er derfor skeptiske til såkalte pseudoevents; events som er satt i gang kun for å komme i medias søkelys (Meyrowitz 1985:320).

Alle informantene understreker som sagt at det er svært viktig for dem å ”være seg selv” i bloggen, og dette aspektet av autenticitet kan fort ødelegges dersom det blir synlig at man blogger kun for å oppnå en form for selvtilfredsstillelse, for eksempel for å tjene penger eller å få mange bekræftende kommentarer. Kommentarene har enda en funksjon for identitetshåndteringen, i det bloggeren ikke kan kontrollere hva andre skriver om en. Bloggeren har som regel mulighet til å redigere og slette ufine kommentarer, men det hender de ligger ute en stund før de blir oppdaget. Lars sier også at han har oppdaget negative kommentarer om seg selv i andres blogger, og denne identitetshåndteringen ligger utenfor hans kontroll. Kommentarer har også en funksjon for relasjonshåndteringen i bloggen, da de bidrar til at bloggeren får et mer bevisst forhold til leserne sine, og dermed gir en økt motivasjon for å blogge mer. Samtidig som de er en del av nettverksaspektet, gir kommentarer og tilbakemeldinger en pekepinn på hva leserne liker å lese om.

Jentene i denne undersøkelsen er mer tilbøyelige til å kategorisere egen blogg enn det guttene er, men alle bloggerne har klare formeninger om hva de skriver om og publiserer i egne blogger. Det viser seg også at de bloggerne som har holdt på lengst har et mer reflektert forhold til sin egen bloggpraksis enn de som startet opp senere. Dette stemmer med Rogers (2003) argumenter om at de tidligste brukergruppene er de mest entusiastiske, mens de senere gruppene gjerne vil se at de har noe å tjene på bruken før de setter i gang (se kapittel 2.2.1).

Som jeg diskuterte i kapittel 2.3, fordrer ulike sosiale situasjoner gjerne ulik oppførsel, avhengig av hvem man interagerer med og fremstiller seg for (Goffman 1992,1990). I den umedierte offentligheten har vi rettesnorer og konvensjoner som veileder vår oppførsel, og vi kan lett se hvem vi interagerer med. Dette er en større utfordring på internett, der man har et usynlig publikum og dermed ikke kan se hvem man kommuniserer med (boyd 2007a:9). Informantene i denne undersøkelsen har ingen klar formening om hvem som leser bloggene deres, men enkelte nevner at det er litt skummelt at så mange vet mye om en, og at ting kan plukkes opp av lesere man ikke forventet å ha. Hvorvidt denne manglende formeningen om hvem som er bloggernes publikum legger føringer på selvrepresentasjonen, vil jeg diskutere videre i kapittel 5.

Når det gjelder konsekvenser av bloggingen, er det framfor alt de positive konsekvensene ved bloggingen som trekkes fram i denne undersøkelsen. Nye venner og bekjentskaper er de mest synlige positive resultatene, men også kommentarer og positiv bekræftelse og tilbakemelding på sin egen person er positive konsekvenser som trekkes frem. Polak (2006:183) påviser at interaksjon er viktig på jenteorienterte nettsteder, fordi interaksjon fører til nettverking. Uten at jeg i denne undersøkelsen har grunnlag for å generalisere, ser det ut til at nettverksaspektet og interaktivitet er av større viktighet for jentene enn for guttene. Enkelte av informantene har opplevd å få negative kommentarer om seg og sin person som følge av bloggingen, men det virker som de fleste er enige om at de positive konsekvensene langt på vei utkonkurrerer de negative opplevelsene.

Bloggen befinner seg i en unik posisjon som dokumentasjons- og læringsverktøy for å lære noe om seg selv og sin egen utvikling (se bl.a. Miller & Shepherd 2004; Mortensen & Walker 2002). Flere av bloggerne i denne undersøkelsen hevder også de har blitt mer bevisst på egen smak og hvem de er, som en følge av at de over en lengre periode har dokumentert sine egne følelser, meninger og smaksuttrykk. Blood (2002b:14) argumenterer for at dette er gjeldende både for bloggeren selv, men også for lesere;

*Reading the views of other ordinary people, they (the readers) will readily question and evaluate what is being said. Doing this, they may begin a similar journey of self-discovery and intellectual self-reliance
(Blood 2002b:14).*

Bloggen fungerer på denne måten som et speil, som reflekterer et bilde av bloggeren og bidrar til en økt innsikt om hvem man er (se kapittel 2.1.2; Serfaty 2004; Cooley 1902). Denne økte selvrefleksiviteten kan anses som en av de mer positive konsekvensene av bloggingen. Flere bloggere har trukket fram at de føler de kjenner seg selv bedre etter å ha begynt å blogge, og at de satte større pris på sine egne synspunkter. Også tidligere studier av personlige hjemmesider og blogger har foreslått at disse blant annet gir forfatterne en bedre forståelse av hvem de er, og bidrar til å endre måten man tenker på seg selv (Mortensen & Walker 2002; Hevern 2000; Chandler 1998).

Det er med andre ord ingen store, mørke skyggesider som preger bloggpraksisen til informantene i denne undersøkelsen, og for å vise til Goffman (2005) er belønningen ved å blogge altså større enn risikoen bloggerne utsetter seg for ved å drive selvrepresentasjon på nettet. Flertallet av bloggerne i denne undersøkelsen mener de ikke har det helt store påvirkningspotensialet verken på samfunnet eller når det gjelder holdningsendringer hos sine lesere, men tror likevel de kan påvirke enkeltindivider først og fremst i forbindelse med

kjøpekraft og produktvalg. Kun én av informantene uttrykker et ønske om å endre holdninger hos sine lesere. Hvordan selvrepresentasjonen i bloggen håndteres av de ulike informantene varierer noe, men for alle innebærer bloggpraksisen en form for lært selvrepresentasjon.

Schmidt (2007) diskuterer hvordan bloggpraksis struktureres og styres av tre aspekt, konvensjoner, relasjoner og koder, som i sin tur påvirkes av hverandre (se kapittel 2.2.2 og 2.2.3, samt kapittel 4.4). Disse tre aspektene legger, som jeg har vist i denne analysen, føringer på hvordan bloggerne håndterer selvrepresentasjonen i bloggen. Hovedfunnene i denne oppgaven vil diskuteres i kapittel 5, der jeg lener meg på Goffmans teorier om fremførelsen av selvet for å diskutere hvordan bloggerne forholder seg til det teknologiske og sosiale rommet de opptrer i, og hvordan de takler de konsekvensene som oppstår. Aspektene som vil diskuteres, er informantenes uttrykte ønske om å være seg selv, men ikke *for* personlig. Samtidig er det mye informasjon som kommer til syne i en blogg uten at det sies direkte. Goffman (1990:14) snakker om informasjon som *avgis*, altså utilsiktede avsløringer. Benedicte mener at layouten på bloggen sier like mye om bloggeren som innredningen i leiligheten, et eksempel på det Goffman (1990:14) kaller ”impressions given off”, informasjon man gir bort om seg selv kanskje uten å være seg det helt bevisst. Selvrepresentasjonen håndteres altså ved at bloggerne gir leserne begrenset adgang til baksideområdet. Goffmans argument om at aktøren vil forsøke å styre publikums inntrykk i den retning han ønsker er fortsatt gyldig, da flere av informantene påpeker at det bildet de presenterer av seg selv er redigert og filtrert, slik at det først og fremst er deres positive sider og attributter som fremheves, mens de negative dempes. Aktørene søker slik å gi et idealisert bilde av seg selv, samtidig som det påpekes av Benedicte at hun vil vise leserne at hun er normal. Aktørens motiver for å blogge varierer noe, men de fleste har en mer eller mindre uttalt agenda, enten det er å fremme seg selv og stille seg selv i et positivt lys, eller for å føle at man har noe å tilby andre. De positive konsekvensene er viktigere enn de negative konsekvensen for informantene i denne undersøkelse, fordi aktørene vurderer verdien av gevinsten til større enn de ”uheldige episodene”. Som et resultat av bloggingen, har praksisen ført til en form for lært selvrepresentasjon for aktørene. Denne læringsprosessen er en følge av at aktørene befinner seg i en sosial kontekst, der de har fått tilbakemeldinger på sin egen rollefremførelse. Hvordan bloggerne forholder seg til de rammevilkårene som eksisterer for bloggpraksis, vil ha innvirkning på hvordan deres selvrepresentasjon blir tatt i mot. Læringen handler både om hvordan man skal fremføre bloggerrollen for å få gode tilbakemeldinger og mange kommentarer og færrest mulig negative sanksjoner, men det handler også om en økt

selvinnsikt og en bedre forståelse av sin egen identitet. Ved å beherske funksjonene for bloggpraksis, vil man bli flinkere til å fremføre bloggerrollen. Hvordan denne lærte selvrepresentasjonen bidrar til en mer tilpasset fremførelse av bloggerrollen vil jeg diskutere i detalj i kapittel 5, der jeg undersøker hvorvidt Goffmans teorier om vårt rollespill til daglig er anvendbare også på digital interaksjon der aktørene ikke er i umiddelbar fysisk nærhet til hverandre.

5 Håndtering av selvrepresentasjon i personlige blogger

Som jeg diskuterte i kapittel 4 med utgangspunkt i Schmidts (2007) teorier, er selvrepresentasjonen i den personlige bloggen strukturert ut i fra de tre aspektene konvensjoner, relasjoner og koder. Disse aspektene fungerer som rammevilkår for bloggpraksis, og legger føringer på selvrepresentasjonen i bloggen. Jeg vil i dette kapittel gå videre til å diskutere hvordan selvrepresentasjon håndteres i de personlige bloggene, innenfor de strukturelle rammene jeg diskuterte i kapittel 4. Funnene fra analysen vil jeg belyse med Goffmans (2005,1992,1990) teoretiske rammeverk som bakteppe. For ordens skyld vil jeg begynne dette kapittelet med å gjenta mine problemstillinger;

“Hvordan håndteres selvrepresentasjon i personlige blogger?”

- a. *“I hvilken grad er bloggerne opptatte av at bloggen representerer et autentisk bilde av hvem de er?”*
- b. *“Hvilken motivasjon har bloggerne for å representere seg selv i bloggen?”*
- c. *“Hvilke konsekvenser har bloggingen ført til for bloggerne, på - og utenfor nettet?”*

Jeg vil presisere at jeg i denne diskusjonen ikke vil behandle problemstillingene separat, men vil diskutere de parallelt underveis. Dette skyldes at jeg har identifisert temaer som er gjennomgående og som berører de ulike problemstillingene. Funnene i denne undersøkelsen viser at problemstillingene går over i hverandre, og jeg diskuterer her det jeg anser for å være mest interessant innenfor hvert tema.

5.1 Et nytt midtområde?

Å blogge er en måte å drive selvrepresentasjon på som fordrer en innfrielse av visse forventninger om personlig autenticitet, mens man samtidig opprettholder en balanse mellom det å være privat og offentlig (Schmidt 2007:1413).

I sin områdeteorier opererer Goffman (1992,1990) med to regioner²⁴, henholdsvis fasadeområdet og baksideområdet (se kapittel 2.3). Personlig fasade er det vi identifiserer med personen selv, og som vi forventer vil følge med han hvor hen han går (Goffman 1990:34), mens baksideområdet er stedet der trekk ved fasadeoppførsel holdes skjult, eller der negative sider ved aktøren som holdes skjult for fasadeområdet, kommer frem (Goffman 1990:114). Adgang til disse områdene er kontrollert for å hindre at tilskuere får tilgang til baksideområdet, og for at utenforstående ikke skal komme inn i opptreden som ikke henvender seg til dem (Goffman 1990:231). Meyrowitz (1985) introduserer et tredje område som en mellomting mellom fasade og bakside, og argumenterer for at det i dette nye midtområdet uttrykker en balansegang mellom det offentlige og det private. Med utgangspunkt i dette vil jeg argumentere for at personlige blogger på internett tilhører dette nye midtområdet, fordi grensene mellom det offentlige og det private i bloggen ofte er svært flytende og går over i hverandre. På denne måten kommer mye informasjon som tilhører baksideområdet til uttrykk i fasadeområdet. Miller og Shepherd (2004:3) diskuterer hvordan det på 1990-tallet oppsto en kulturell trend der grensene mellom det offentlige og det private ble svakere. Stark (2003 i Miller & Shepherd 2004:3) kaller denne trenden der vanlige mennesker gjøres til kjendiser for ”democratization of celebrity”. Calvert (2000 i Miller & Shepherd 2004:3) lenker denne destabiliseringen mellom offentlig og privat til den kontinuerlige overgivelsen av informasjon vi er involvert i. Fordi vi stadig må gi fra oss personlig informasjon, forventer vi å få en økende tilgang til informasjon tilbake.

Meyrowitz (1985:311) hevder at vi hungre for helter, men at de tradisjonelle heltene ikke klarer å opprettholde fasaden over lengre tid, slik at vi etter hvert anser dem som urene. Dette fører til en beundring for nye ”hverdagshelter”, som representanter for et øyeblikks heltemot. Om de ikke er helter i den tradisjonelle forstand, så representerer enkelte bloggere denne kategorien hverdagshelter, fordi de er vanlige mennesker som kommer seg opp og fram.

5.1.1 Filtrering og redigering

Som jeg diskuterte i kapittel 2.1.2, kan aktører bruke bloggene sine som speil for å se seg selv tydeligere, og som en hjelp for å konstruere seg selv som subjekter i et digitalt samfunn (Serfaty 2004). Bloggene kan også fungere som et slør for å skjule deler av privatlivet sitt for

²⁴ Goffman (1990:135) nevner også et tredje område, utsiden, som inkluderer alt som ikke faller inn under verken fasade- eller baksideområdet. Jeg har utelatt dette begrepet fra min diskusjon, da jeg ikke anser det for å ha noen videre relevans for denne oppgaven.

leserne. Denne filtreringsfunksjonen, eller sløret som Serfaty (2004) kaller det, fungerer som en slags sikkerhetsventil mellom fasade- og baksideområdet. Dette sløret, eller ”muligheten til å filtrere seg selv” som bloggerne kaller det, kan knyttes til Meyrowitzs (1985) midtområde. Det er gjennomgående blant informantene i denne undersøkelsen at de ønsker å være private, men samtidig ønsker å finne en balansegang for hvor mye av sitt privatliv de vil avsløre.

*Det gjelder egentlig å finne en balansegang, for leserne må føle at de får lese om hva som skjer i livet ditt, men samtidig er det aldeles ikke alt som passer seg å legge ut på internett for alle å lese.
(Martin 16 år)*

Goffman (1990:116) argumenterer for at en vellykket opptreden er avhengig av gode forberedelser, og dette har man gode muligheter for når man opptrer på nett og opptredenen ikke preges av den umiddelbarhet som forbindes med fysisk nærvær. Bloggen har en fordel i forhold til oppførsel i fasadeområdet, nemlig det at den gir tid til baksideområdeforberedelser (Rasmussen 2003). Som blogger har man mulighet til å korrigere sin opptreden, for som Martin sier; *backspacetasten er kjekk å ha når man skriver noe som man tenker over noen sekunder etterpå* (se kapittel 4.5.2).

[...] control of backstage plays a significant role in the process of 'work control' whereby individuals attempt to buffer themselves from the deterministic demands that surround them (Goffman 1990:116).

Som jeg diskuterte i analysen, er det svært viktig for informantene i denne undersøkelsen å være seg selv i bloggen. Rolle fremførelsen i bloggen hviler altså på en forventning om at bloggeren er oppriktig, og at opptredenen bærer preg av å være autentisk. Gjennom å vise fram sider ved sitt privatliv i bloggen gir bloggeren leserne et innblikk i sitt baksideområde. På en måte er dette svært kontrollert tilgang med adgangsbegrensing, fordi bloggeren selv velger hvor mye som skal avsløres, samtidig vil det i en blogg alltid avsløres mer enn det som skrives direkte. Goffman (1990:114) diskuterer hvordan mennesker i ansikt-til-ansikt-interaksjon alltid vil gi fra seg mer informasjon enn det de sier direkte, og han skiller derfor mellom informasjon som *gis* og informasjon som *avgis* (se kapittel 2.3). Blogging gir rom for begge disse typene kommunikasjon, der informasjon som *gis* er den aktive representasjonen fra bloggeren og informasjon som *avgis* er informasjon som kommer til syne mer ubevisst. Denne siste er en mer skjult form for selvrepresentasjon, og kan blant annet foregå gjennom lenking til andre blogger og nettsteder. Selv om man ikke har samme fordeler som i ansikt-til-ansikt-kommunikasjon, kan man få mye informasjon i en blogg uten at det sies direkte.

For mange av informantene i denne undersøkelsen er én av de største utfordringene ved bloggpraksisen å finne en balanse mellom det private og det offentlige, eller som Goffman (1992,1990) ville sagt; mellom fasade- og baksideområdet. Melberg (2007:172) peker på at det selvet som presenteres i bloggen er digitalt, både i teknisk forstand og i betydningen sammensatt og samordnet av nettets ulike elementer, og at datamaskinens skjerm på denne måten blir lenken mellom ”self and society”, mellom det private og det offentlige.

5.1.2 Autentisitet og idealisering

Rollefremførelsen i blogger bygger på et aspekt av autentisitet, som jeg har diskutert tidligere (se kapittel 4). Det er viktig at opptreden er oppriktig og at bloggeren ikke prøver å gi uttrykk for at han er noe annet enn det han er. Goffman (1990:28) diskuterer hvor viktig det er at aktøren har tro på den rollen han spiller for at rollefremførelsen skal virke ærlig og oppriktig, og det samme er tilfellet for rollefremførelsen i blogger. Enkelte aktører kan bli så oppslukt av den rollen de spiller at de tror den virkeligheten de fremfører i fasadeområdet er den faktiske virkeligheten (Goffman 1990:28). Informantene i denne undersøkelsen ser, som jeg har diskuterte tidligere, på den rollen de fremfører i bloggen som like virkelig som den rollen de fremfører utenfor nettet, om enn noe modifisert.

Goffman (1992:37) hevder at aktøren har tilbøyeligheter til å gi iakttakerne et inntrykk av dem selv som på forskjellige måter er idealisert. Dette gjøres ved å dekke over eller underspille de aktiviteter, kjensgjerninger og motiver som ikke lar seg forene med en idealisert versjon av ham selv og hans produkter (Goffman 1992:47). Det å vise respekt for leserne sine kan slik være en form for positiv idealisering, mens det motsatte vitner om kynisk rolleopptreden (se kapittel 2.3). Benedicte mener for eksempel at bloggere som hever seg over leserne sine faller i dårlig jord, mens Siri er av den oppfatning at en dårlig blogger heller ikke svarer på spørsmål eller kommentarer fra lesere. Det er svært viktig å vise at man bryr seg om leserne sine, og at man tar vare på dem. *Dessuten er det bra å være sympatisk og oppføre seg ordentlig (Ingrid)*. Goffman (1992:47) hevder at aktøren ofte vil forsøke å få publikum til å tro at hans forhold til dem er av mer ideell art enn det faktisk er, blant annet for å oppnå et mål. Bloggere som poster innlegg utelukkende for å få kommentarer fra leserne blir av informantene i denne undersøkelsen karakterisert som dårlige bloggere. Med Goffmans (1992:24) ord kan de kalles kynikere, da de ikke tror oppriktig på den rollen de fremfører. De gir inntrykk av å bryr seg om leserne sine, men er først og fremst ute etter å øke lesertall og kommentarer, ved å gi et idealisert bilde av seg selv.

Til tross for at bloggen gir et innblikk i bloggerens baksideområde, er de situasjonene som presenteres godt forberedt og utvalgt, og på denne måten kan bloggeren styre inntrykket leserne får. Som Martin sier, *jeg tror leserne mine får inntrykk av at jeg har et kult liv, siden jeg velger selv hva jeg vil skrive om*. Det er med andre ord snakk om strategisk profilering, og utelukker dermed det Goffman kaller ”de rå og upolerte sidene ved bakscenen” (Goffman 1963 i Krogstad 2007:209-210). Informantene i denne undersøkelsen skiller som sagt i svært liten grad mellom den personen de er i bloggen, og den de er utenfor. På denne måten kan bloggen forstås som aktørens fasadeområde, mens deler av den fysiske verden kan forstås som deres baksideområde. Likevel bemerkes det av enkelte informanter at enkelte sider ved dem som kommer til uttrykk i bloggen, kanskje ikke kommer så godt til uttrykk i den fysiske verden. Siri sier blant annet at vennene hennes gjennom bloggen nok får informasjon om at hun er *mye mer moteinteressert enn de tror...* fra før (se kapittel 4.3.1.3). På denne måten presenterer bloggen en idealisert versjon av Siri, som ikke korresponderer fullt ut med den rollen hun fremfører offline.

På denne måten kan postmoderne argumenter sies å være delvis gyldige (se kapittel 2.1.2). Ikke fordi aktørene veksler mellom identiteter, men fordi de ved å fremheve enkelte sider ved sin identitet kan gi et mer redigert bilde av seg selv. Informasjon som gis er allerede filtrert, og denne typen informasjon bærer preg av manipulasjon. Som jeg allerede har nevnt, ser Goffman på individets fremførelse av selvet som en manipulerende handling ovenfor sitt publikum (se kapittel 2.3). Som jeg diskuterte i kapittel 2.2.2, peker Calvert (2000) på at store deler av dagens medie- og kulturlandskap preges av mediert ekshibisjonisme. Denne ekshibisjonismen og selvavsløring kan fungere som en form for sosial kontroll, ved at aktøren driver ”impression management” gjennom selektiv og strategisk utvelgelse av informasjon for å påvirke andres oppfatning av en (Calvert 2000:84). Goffman (1990:51) hentyder at aktøren alltid vil forsøke å skjule sine negative sider når han opptrer, og nevner at feil ofte korrigeres før opptreden starter. Informantene i denne undersøkelsen er svært klar over den filtreringsmuligheten de har ved å fremstille seg på internett. Det er flere av informantene i denne undersøkelsen som understreker at bloggen kun er én del av hvem de er, og at den ikke viser en helhet, men kun et utsnitt av dem selv. Som Ingrid sier; *alt jeg skriver er meg, men jeg er veldig mye mer enn det jeg skriver*. Dette fungerer som en god illustrasjon på at bloggen er en selvrepresentasjon, et aktivt skapt objekt som representerer aktøren. Sherry Turkle (1997) bruker begrepet ”vindu” for å vise hvordan de ulike nettaspektene ved selvet til sammen utgjør et hele. Som en av hennes informanter uttrykker det; ”RL (Real Life) is just one more window [...] and it’s not usually my best one” (Turkle 1997:13). Dette aspektet av

idealisering og filtrering er også forbundet med autentisitet, og i hvor stor grad bloggerne føler at de "er seg selv". Med flere mulige arenaer for selvframstilling, vil det kreve stadig mer av aktøren å skape et koherent og sammenfallende bilde av hvem han eller hun er, både for seg selv og ovenfor andre.

5.1.3 Kikkermentalitet og mediert ekshibisjonisme

Bloggen gjør det mulig for publikum å klatre nesten helt opp på scenekanten til aktørene, sier Krogstad (2007:217), hvilket helt klart gir bilde av en større adgang og åpenhet. Jeg har i denne oppgaven argumentert for at det fortsatt finnes et baksideområde, men at det er flere som har tilgang til den, og at det til ulike roller er knyttet ulike baksideområder. Jeg sier meg enig med Meyrowitz (1985:48) som hevder at oppførsel i midtområdet egentlig bare er ny oppførsel i fasadeområdet. En illustrasjon på dette er den økende tendensen til å presentere "hjemme hos"-reportasjer og realityprogram på teve som skal vise oss "virkelige mennesker i sine virkelige omgivelser". Eller for å si det med Goffmans (1992,1990) ord, mediene gir de utenforstående et innblikk i aktørenes private baksideområde.

Noe av attraksjonsverdien til personlige blogger, og mye annet av dagens medieinnhold, er at det tilfredsstillende dette suget vi har etter å se hvordan andre har det, som lenge har vært ivaretatt av "hjemme hos"- og "behind the scenes"-reportasjer. Miller og Shepherd (2004:3) skriver at bloggen gir tilgang til det private baksideområdet, og med det tilrettelegger den for sosial kikkermentalitet, noe som har blitt synonymt med informasjonstilgang og det offentlige rett til å vite. "Seeing is knowing, not just believing" (Miller & Shepherd 2004:3). En av grunnene til at personlige blogger er så populære, kan forklares med at de viser glimt av noe hemmelig, og appellerer til kikkeren i oss;

*Jeg liker også å få en sniktitt inn i andres liv, gjennom å se på hjemmet deres, klesskapet deres, veskeinnholdet, hvor de jobber... Ja rett og slett få en liten smakebit på andres liv.
(Linda, 26 år)*

Calvert (2000:23) kaller dette fenomenet "mediated voyeurism", og forklarer det ved å henvise til det økte fokuset på mediens innflytelse over mellommenneskelige forhold. Den medierte kikkermentaliteten opprettholdes, og opprettholder, den medierte ekshibisjonismen (se kapittel 2.2.2).

Som denne oppgaven illustrerer, er det i vår tid blitt vanlig å dele privat informasjon med en større gruppe mennesker enn tidligere, men det ser fortsatt ut til å være viktig for aktører å holde deler av sin identitet skjult i et baksideområde. Bloggerne håndterer

selvrepresentasjonen i bloggen gjennom å sette en grense for hvor personlige de vil være. Selv om de ikke har klare formeningar om hvem som lesar, så vil de ikke gi fra seg for mye personlig informasjon. Bloggerne møter det usynlige publikummet med de tilknyttede rolleforventningene ved å balansere mellom å være personlig og privat, der det personlige delvis håndteres i fasadeområdet, mens det private tilhører baksideområdet. Slik håndterer bloggerne selvrepresentasjonen ved å ikke gi leserne for stort innblikk i baksideområdet. Det som av informantene refereres til som å ”ikke være for personlig” er deres fasadeopptreden, og fungerer samtidig som en adgangsbegrensing til deres baksideområde.

For å oppsummere, så er bloggerne som er intervjuet i forbindelse med denne oppgaven svært opptatt av å presentere et autentisk bilde av seg selv i bloggen. De gir gjentatte ganger uttrykk for et ønske om å være seg selv i bloggen, og ser heller ingen store forskjeller mellom hvem de er offline og hvem de er online. Samtidig er de bevisste den redigeringsmuligheten bloggmediet legger til rette for, og erkjenner at bloggen ikke presenterer dem som hele individer, men at den kun viser et utsnitt.

5.2 Bloggen- Mål eller middel?

Goffman (1992,1990) argumenterer for at hvordan man oppfører seg avhenger av hva man ønsker å oppnå i den gitte situasjonen. På samme måte argumenterer jeg for at motivasjonen for å blogge vil legge føringer på selvrepresentasjon, slik at hvordan aktørene fremstiller seg i bloggen avhenger av hva de ønsker å oppnå med sin bloggpraksis. Schmidt (2007) hevder at aktører kan ha varierende motiv, men likevel benytte seg av samme uttrykksform (se kapittel 2.2.2). For at målene skal nås, må oppførselen tilpasses det enkelte mediet, og også her dukker det opp et aspekt av læring.

Som jeg diskuterte i kapittel 2.2.2, handler *adequacy rules* om tilpassning, og at hva man vil oppnå legger føringer på hvilken type media man velger å uttrykke seg i (Schmidt 2007:1411). I denne sammenheng er tilpassningskonvensjoner relevant fordi aktørenes oppførsel må tilpasses bloggens rammevilkår for å oppnå de ønskede målene, og ikke motsatt. For bloggere innebærer dette, som jeg diskuterte i kapittel 4.4, at de må forholde seg til de teknologiske kodene og bloggverktøyet de benytter seg av.

5.2.1 For seg selv eller andre?

En undersøkelse av amerikanske blogger viser at de fleste aktører blogger for seg selv, men en tredjedel oppgir også at de blogger for å engasjere sitt publikum (Lenhart & Fox 2006:18).

Som jeg diskuterte i kapittel 4.2.3, uttrykker Petter og Lars et ønske om å bli kjent og oppnå anerkjennelse, mens Siri sier hun blogger for å vise fram smaken sin. Disse tre bloggerer åpenbart for seg selv, mens Martin, Benedicte og Ingrid svarer at de vil gjøre leserne sine glade og spre inspirasjon. De tre siste bloggerer tilsynelatende for andre, men jeg vil likevel argumentere for at det å ville lære leserne sine noe kan fungere selvhevdende for bloggeren, som får bekreftelse på at det de sier betyr noe for noen. På denne måten har også de som bloggerer for andre et ønske om anerkjennelse, og verdien av gevinsten, anerkjennelse, vurderes som høy nok til at de bruker mye tid på blogging. Ved å si at de vil endre holdninger og lære leserne sine noe, stiller bloggerne seg selv litt i en oppdragerrolle, der de veileder leserne sine i en jungel av informasjon og inntrykk. Calvert (2000) diskuterer hvordan menneskers vilje til å avsløre personlig informasjon er et av kjennetegnene ved mediert ekshibisjonisme (se kapittel 2.2.2). *Self-validation* er én funksjon ved selvavsløring, og handler om å få bekreftelse på seg selv gjennom aksept fra de man betror seg til (Calvert 2000:84). Et eksempel på dette er ”koselige tilbakemeldinger og kommentarer” som trekkes fram av flertallet av informantene i denne undersøkelsen, og som holder bloggmotivasjonen oppe. I denne sammenheng er avsløring i bloggen en side av det Brake (2007:145) kaller blogggen funksjon som nærkringkaster, der motivet nettopp er å imponere sine lesere.

5.2.2 Selvet som merkevare

Mens kommersielle nettsider på den ene siden prøver å selge et produkt, forsøker ikke-kommersielle nettsider å selge seg selv (Schwebs & Otnes 2001:165). Det er et interessant spørsmål hva som skjer med det autentiske i spenningsfeltet mellom kommersielle og ikke-kommersielle interesser, da jeg vil hevde at det ikke er et motsetningsforhold mellom hvordan disse partene utøver en sterk form for merkevarebygging. Brake (2008:295) diskuterer sosiale nettsamfunn som et eksempel på hvordan konsumentkulturen oppfordrer oss til å ”commoditize” selvet (Bauman 2007 i Brake 2008:295), og denne tendensen er del av en større trend som handler om personlig ”branding” (Rosen 2005:182 i Brake 2008:295). Studier av sosiale nettsamfunn har undersøkt hvordan de personlige profilene på disse nettstedene brukes som markedsføringskanaler (boyd & Ellison 2007; Brake 2007), og Brake (2008:295) diskuterer hvordan personlige profiler på det sosiale nettsamfunnet MySpace kan forstås som ”promotional space”, eller markedsføringsarena for selvet. Jeg vil overføre dette argumentet til blogger, da ønsket om å få sin stemme hørt, eller å oppnå en viss form for ”webanerkjennelse” som én av informantene i denne undersøkelsen sier, kan være førende for

at mange opprettholder en bloggpraksis. Internett er kjent som en demokratisk og lett tilgjengelig plattform, som heller ikke krever de store tekniske forkunnskapene for å kunne delta. Som jeg diskuterte i kapittel 2.2.1, er internett ansett som en mulighetenes arena, der smale nisjer kan utfolde seg fritt.

Det å avsløre sider ved en selv som tidligere ble sett på som privat, er en del av strategien for å gjøre seg selv til merkevare, og til å oppnå anerkjennelse. Meyrowitz (1985:311) hevder at vi ser ut til å være mer opphisset av avsløringsakten enn av selve informasjonen som avsløres. ”In certain social settings there is a kind of privacy wich seems to draw its meaning only from being publicized” (Frazer 2000:94 i Miller & Shepherd 2004:3). I så måte kan det hende at det å avsløre personlig informasjon i bloggen er en større motivator enn akkurat hva man skriver. Hvorvidt motivasjonen for å blogge møtes av resultater, avhenger av hva som skjer i møtet mellom de teknologiske kodene og de sosiale relasjonene. I visse tilfeller er bloggingen et mål i seg selv, der gleden ved å gjøre andre glade eller lære bort noe er belønningen. For andre er bloggen et middel for å oppnå en ekstern gevinst, som eksempelvis kjendisstatus. Aktører har funnet ut at blogger på internett er velegnet for å oppnå anerkjennelse, i det minste på et lokalt nivå. Slik vil de justere oppførselen sin etter bloggmediets logikk, ettersom de har lært hvilken oppførsel som fungerer for å oppnå de målene de har satt seg, det være seg å bli kjent på nettet eller spre glede og inspirasjon.

5.3 Risiko og belønning

Som jeg diskuterte i kapittel 4.3.4, innebærer bloggvirksomhet både en form for gevinst, men også en form for risiko. For å bruke Goffmans (2005) begrep risiko, er det som gjør bloggerne villig til å utsette seg for risiko, som avsløring, avvisning og skuffelse, at det på andre siden venter lovnader om belønning dersom disse fellene overkommes. Kanskje er dette punktet spesielt aktuelt dersom man blogger anonymt, fordi man er mindre utsatt for fare og sanksjoner mot sin fysiske person, dersom man ikke røper hvem man ”virkelig” er. Dette stemmer for så vidt med mine funn, da de to informantene som blogger anonymt har opplevd færre negative sanksjoner enn enkelte av de andre informantene. Dette kan også skyldes individuelle årsaker, og hva man faktisk skriver i bloggen.

I denne undersøkelsen er negative kommentarer i egen og andres blogg, anonyme telefonoppringninger, ”hatmail”, kritikk og beskyldninger fra lesere alle risikoer bloggerne er villige til å utsette seg for, dersom det betyr at de kan oppnå det ønskede sluttresultatet.

Hvorvidt resultatet er ”webanerkjennelse”, ”å bli litt kjent”, å ”gi good feeling”, å vise fram smaken sin, eller å endre holdninger varierer informantene imellom. Som disse eksemplene viser, kan opptreden i bloggen få konsekvenser både for offline- og onlinelivet, og grensene mellom disse to er flytende. Det som er felles for alle informantene, er at de alle til tross for negativ oppmerksomhet og beskyldninger, har fortsatt å blogge, om enn på en annen måte enn de begynte med.

Goffman (2005:185) definerer ”action” som aktiviteter som kan få følger og konsekvenser for aktøren, som er problematiske og som utføres for sin egen del. ”Action” finner sted i alle situasjoner der aktøren med viten og vilje tar sjanser som kunne vært unngått, og som vil få følger (Goffman 2005:194). Ulike aktører vil vurdere verdien av konsekvensene ulikt, alt ettersom hvor stor verdi man tillegger gevinsten (Goffman 2005:156). Dette henger sammen med motivasjon, som jeg har diskutert tidligere, der aktørene vurderer sin egen innsats ut i fra hva de vil oppnå med bloggpraksisen. Det fornuftige vil være å vurdere de potensielle farene før man foretar et valg, men det vil til tider oppstå det Goffman (2005:164) kaller skjebnesvangre situasjoner som kan få negative følger for aktøren. For å minimere utfallet av slike skjebnesvangre situasjoner, har aktøren mulighet for å drive risikoreduksjon i form av tilpasning. En form for tilpasning er det Goffman (2005:175) kaller ”coping”. Én av måtene informantene i denne oppgaven driver ”coping” på, er å finne en balanse for hvor personlig og private de syns det passer å være i bloggen, og denne balansen er et resultat av prøving og feiling. Som nevnt ovenfor, er det å begrense adgangen til baksideområdet, én måte bloggerne kan tilpasse seg de sosiale situasjonene på. Ved å unngå å gi fra seg for mye personlig informasjon kan bloggeren minimere negative kommentarer på sin egen person. Andre måter bloggerne driver ”coping” på, er å justere oppførselen sin og hva de skriver i bloggen etter hvilke reaksjoner de får fra leserne. Petter sier han skrev mye stygt i bloggen tidligere, men at han sluttet med det etter å ha fått reaksjoner, og mener nå at ”mobbing er ut”.

5.3.1 Styrken i svake bånd

Som jeg diskuterte i kapittel 4.3, er det en utbredt enighet blant informantene at nettverksaspektet og nye bekjenskaper står for de mest positive konsekvensene av bloggingen. Relasjonshåndteringen i bloggen oppstår og opprettholdes både gjennom sosiale- og hypertextuelle bånd (se kapittel 2.2.3). Goffman (1990:27) hevder at når en aktør fremfører den samme rollen for det samme publikummet ved flere anledninger, så vil det

oppstå en sosial relasjon mellom den opptredende og tilskueren. Dette stemmer godt overens med betydningen av kommentarer i bloggen, da flere av informantene sier at kommentarer og tilbakemeldinger gjør at de får et tettere forhold til leserne sine.

Goffman (1990:108) skriver at medlemmer av et lag må samarbeide innbyrdes om opptreden for at fremførelsen skal bli vellykket, og for at ikke skuespillet skal sprekke. For bloggere betyr dette at de må være flinke til å gi hverandre kommentarer og tilbakemeldinger på innlegg, slik at samholdet i blogg sfæren opprettholdes. Ved å spille på lag og kommentere på hverandres blogger, bidrar bloggerne til å opprettholde det sosiale rommet de befinner seg i. Bloggerne er både bloggere og lesere, slik at rollene til tider veksler. Dette betyr at bloggerne tidvis fungerer som publikum, men i og med at de også selv er del av opptreden, vil de være en medlem av laget. Som jeg diskuterte i kapittel 4.3.2, er det først og fremst positive kommentarer som trekkes frem i denne undersøkelsen. Dette stemmer også med observasjoner jeg har gjort i blogg sfæren, der positive og bekreftende kommentarer er gjennomgående. Goffman (1990:222) kaller dette ”protective practices”, beskyttelsesmekanismer som tas i bruk av publikum. Publikum opptrer taktfullt og beskyttende for å hjelpe de opptredende med å gjennomføre fremføringen.

Som jeg pekte på i kapittel 4.6, så vil de relasjonene som oppstår i tur påvirke identitetskonstruksjonen i bloggen. Det er altså et gjensidig påvirkningsforhold mellom håndtering av relasjoner, identitet og informasjon, der forventninger fra lesere påvirker bloggerens identitets- og informasjonshåndtering. Lars påpeker blant annet at han synes det er stress at leserne stadig forventer nye oppdateringer, og han løser dette ved å lage innholdsløse bloggposter (se kapittel 4.2.3).

*Jeg føler et stadig press på meg at jeg må blogge hver dag, og jeg tror jeg har utviklet et pressinspirasjonssyndrom, som går ut på at jeg finner noe å blogge om uansett. Noen ganger er jeg bare så desperat at jeg legger ut bilder av mine egne ben eller noen bananer jeg har kjøpt på meny.
(Lars 18 år)*

De relasjonene som oppstår mellom bloggeren og hans lesere må håndteres slik at bloggetiketten følges, men vil siden påvirke identitetshåndteringen. I dette tilfellet kolliderer relasjonshåndteringen, i form av forventningen om at en god blogger skal poste nye innlegg på bloggen hver dag, med identitetshåndteringen, i form av forventningen om at alle blogginnlegg skal være ekteføyte og oppriktige. Ønsket om å pleie relasjonen med leserne fører til at man poster innholdsløse innlegg som virker negativt inn på bloggerens identitetsbilde, fordi bloggposten mangler autentisitet.

Tidligere undersøkelser har blant annet vist hvordan identitet på nettet kommer til uttrykk gjennom lenking via nettverk (se bl.a. Burnett & Marshall 2003; Walker 2000; Chandler 1998). Lenker kan være en måte å drive identitetshåndtering på, både fordi de viser til andre nettstedet som er av interesse for den aktuelle bloggeren men også fordi de avslører ulike sosiale relasjoner. Dette siste tilfellet er en del av relasjonshåndteringen, der kommentarer også har en viktig plass. Kommentarer bidrar til å opprette og opprettholde relasjoner, fordi de ofte peker tilbake til kommentatorens egen blogg. Listen med lenker til andre blogger og nettsteder i en blogg fremheves som en viktig del av identitetshåndtering, fordi den fungerer som en pekepinn på bloggerens interesser og tilhørighet (Schmidt 2007:1415). En interessant observasjon er at i motsetning til i filterblogger, der den gjeldende valutaen er trafikk, som måles i lenker til og fra andre nettsteder (Blood 2002a:xi), ser det ut til at kommentarer er viktigere for informantene i denne oppgaven. Tidligere undersøkelser har også konkludert med at de personlige bloggene i liten grad baserer seg på lenker (Herring et al 2004). Ingen av informantene nevner lenking som en viktig del av egen bloggpraksis. Faktisk er kun én informant inne på lenking, og hun sier hun kun lenker til tre andre blogger, et bevisst valg hun har tatt for å holde avstand (se kapittel 4.3.2).

Hodkinson (2006) viser i en undersøkelse av Gothere i Storbritannia at den typiske dagbokbloggen forenkler interaksjon med andre bloggere som tilhører samme subkultur. Dette bekreftes av informantene i min undersøkelse, der Benedicte gir bloggingen æren for at hun har blitt en del av et ”motebloggermiljø” (se kapittel 4.3.4.1). Granovetter (1983,1973) diskuterer hvordan svake bånd ofte er mindre homogene og dermed utgjør en større styrke enn det sterke bånd gjør. Terskelen for vennskap og sosial omgang kan være lavere på internett enn i det virkelige liv, hvilket forsterker viktigheten av å ha en stor krets svake bånd (boyd 2007a). Granovetter (1973) er i utgangspunktet opptatt av hvordan svake bekjenskaper kan være en styrke når det gjelder informasjonsformidling og i situasjoner der man er på jakt etter ny jobb. Mens sterke bånd gjerne eksisterer forut for, eller parallelt med bloggingen, eksisterer svake bånd i mange tilfeller kun innefor bloggkonteksten (Schmidt 2007:1417). I denne sammenheng kan blogger ses som svake bånd forbundet til hverandre av broer, en forbindelse i ett nettverk som står for den eneste koblingen mellom to punkter. I denne oppgaven foreslår jeg at de bekjenskapene som har oppstått online som en konsekvens av bloggingen, og som aldri overføres offline er svake bånd. I de tilfellene bloggerne vedlikeholder sosiale forbindelser med venner og familie gjennom bloggingen, er disse relasjonene sterke bånd. Granovetter (1973) understreker at sterke bånd aldri kan være en bro, hvilket betyr at de to bloggerne ikke har funnet fram til hverandre via nære venner eller

bekjente, men for eksempel ved å følge lenker fra atter andre blogger. Dette argumentet kan relateres til påstander om at internett muliggjør kontakt mellom mennesker med felles interesser, som ellers ville hatt vanskelig for å finne fram til andre med tilsvarende interesser. Slik kan bloggfellesskap oppstå. Benedicte påpeker alle disse tendensene, i det hun sier at de positive konsekvensene som har kommet ut av bloggingen hennes blant annet er at hun har blitt publisert, og at hun har blitt del av et nettverk, det hun kaller motebloggergjengen. Benedicte's uttalelse om at; *men så er jeg ikke helt som mine venner, jeg skriver for dem som er interessert i mye av det samme som meg*, viser at bloggingen har ført henne sammen med andre bloggere med like interesser som henne selv. Denne uttalelsen illustrerer hvordan bloggen som en konstruert selvrepresentasjon kan fylle en funksjon. I dette tilfellet er målet å komme i kontakt med likesinnede.

5.3.2 "Fortellingen om meg"

Som jeg skrev i kapittel 2.2.2, diskuterer Calvert (2000:83-82) de ulike funksjonene avsløring av personlig informasjon kan ha for individer. Én av disse funksjonene, *self-clarification*, kan relateres til det jeg i denne oppgaven kaller økt selvbevissthet, der bloggerne får et klarere bilde av seg selv gjennom å skrive om seg selv for andre. I kapittel 4.5.3, viste jeg at økt selvinnsettelse eller et mer bevisst forhold til hvem man er, er én uuntendert konsekvens av blogging. I sin mimesisteori beskriver den franske filosofen Paul Ricoeur (1988,1985,1984) hvordan narrativer bygges opp (se kapittel 2.2.2). Jeg argumenterte i kapittel 2.2.4 for at bloggen kan forstås som et narrativ, enten om man ser hvert blogginnlegg for seg, eller om man ser hele bloggen som et narrativ om sin forfatter. Schmidt (2007) argumenterer for at en bloggepisode består av prosessuelle konvensjoner, der utvelgelse, publisering og nettverking utgjør viktige komponenter (se kapittel 2.2.2). Disse komponentene minner om de tre stadiene av mimesis; prefigurasjon, konfigurasjon og refigurasjon (Ricoeur 1984:54-55 i Gauntlett 2007:166-172).

Ricoeurs' interest is in how the telling of a story (configuration) gets us from unenlightened existence (prefiguration) to a new understanding (refiguration)
(Gauntlett 2007:168).

I forhold til blogging handler den første fasen om å reflektere over ulike strukturelle, symbolske og temporære elementer, før man i den andre fasen setter disse elementene sammen til en digital fortelling i form av et blogginnlegg, og til sist kommer delingen av denne fortellingen ved at man poster innlegget i bloggen. Ricoeur uttrykker at man gjennom

den refleksive prosessen det er å konfigurere et identitetsnarrativ vil sitte igjen med en økt innsikt om sin egen posisjonering i forhold til andre (Gauntlett 2007:168). Blogging er en refleksiv prosess som bidrar til en bevisstgjøring rundt individets rolle i det sosiale rommet. Benedicte sier blant annet at hun blir stadig mer bevisst på hva hun trekkes mot, ettersom hun ser hva som er gjengangere i bloggen. Som en konsekvens av dette har hun sluttet ”å ville være som andre” (se kapittel 4.5.3). Selvrepresentasjonen har her en verdi i seg selv for bloggeren.

Identitet kan forstås som fortellinger, og gjennom uttrykket ”the story-shaped self” viser Guignon (2004:127) til måten vi former og uttrykker vår identitet gjennom å fortelle historier. Det interessante her er ordet ”shaped”, som viser til at selvet er noe som er formet og konstruert, for å tilpasses den aktuelle situasjonen eller konteksten. Dette betyr med andre ord at den identitetsskapende prosessen både er aktiv og bevisst, og samtidig sosialt skapt. Man lærer den gjennom å delta i et sosialt samspill. Linda viser til denne sosiale prosessen når hun nevner at bloggen til en viss grad har ført til en økt selvbevissthet, fordi bloggingen fører til at man får uttalelser fra andre om sin egen person (se kapittel 4.5.3). På denne måten fungerer bloggen som et speil, fordi den dokumenterte selvrepresentasjonen bidrar til at bloggeren lettere kan se seg selv utenifra.

Risikoen for pinlige øyeblikk reduseres proporsjonalt med varigheten på opptreden (Goffman 1990). Dersom man ser de enkelte bloggepisode isolert, kan de forstås som korte opptredener og dermed forbundet med mindre sjanse for ukorrekt eller pinlig oppførsel. Dersom man i motsatt fall ser hele bloggen som et narrativ, der små bruddstykker settes sammen til en lang fortelling, kan bloggen ses som en langvarig opptreden og faren for pinlighet vil dermed øke. Dette stemmer overens med funn i denne undersøkelsen, der Linda påpeker at; *det som er litt skummelt er at ”alle” plutselig vet så mye om deg* (se kapittel 4.3.4.2). Jo lenger man opprettholder bloggen, jo mer informasjon vil man *gi og avgi* om seg selv. Jeg vil med dette utgangspunktet hevde at blogger i aller høyeste grad er fortellinger, med plot, nettopp fordi man etter å ha fulgt med på og lest en blogg over en lengre periode vil sitte igjen med en hel masse informasjon om bloggeren. Ved å sette sammen alle småbitene med informasjon man har fått, vil man etter hvert sitte igjen med en hel historie. Fortellingen om bloggeren.

For å oppsummere, så har bloggingen for alle informantene ført til konsekvenser både på - og utenfor nettet. Fordi informantene i denne undersøkelsen ikke ser noen stor forskjell mellom hvem de er online og hvem de er offline, vil det de gjør i bloggen kunne få konsekvenser også utenfor internett. At onlineaktivitet kan ses som en forlengelse av

offlineaktivitet henger også sammen med boyds (2007a) fire aspekt som styrer selvrepresentasjon (se kapittel 2.4).

De digitale finlandshettene gjorde det også lettere å eksperimentere og prøve ut grenser. Når man ikke ser hverandre som i ansikt-til-ansikt-kommunikasjon, vil man ikke så lett identifisere seg med andre, og dette legger til rette for fiendebilder som lett blir overdrevet i sort/hvitt (Kummervold 1998:113 i Krogstad 2007:216).

Jeg har i denne oppgaven diskutert hvordan det faktisk er at alt man skriver og gjør på internett så lett kan føres tilbake til aktøren, og der informasjon kun er et tastetrykk unna, gjør at konsekvensene av å ikke være seg selv lett kan bli ganske store. Noen har opplevd negative sanksjoner på nettet, i form av negative kommentarer, andre har opplevd negative sanksjoner utenfor nettet, i form av tekstmeldinger og telefonoppringninger. De positive konsekvensene har også meldt seg både online og offline, da blant annet i form av nye vennskap som vedlikeholdes på nettet eller utenfor. Som jeg nå har diskutert, fungerer bloggen som et kart over aktørenes identitet, en dynamisk konstruksjon som beretter en fortelling om sin forfatter.

5.4 Lært selvrepresentasjon

”Learning through *impression management* is key to developing a social identity” (boyd 2007a:21). Som jeg nå har diskutert, bærer bloggen på mange måter preg av å være en lært selvrepresentasjon. Med dette mener jeg at blogging er en prosess som handler om tilpasning til det sosiale og teknologiske rommet man som blogger befinner seg i, for å minimere skjebnesvangre øyeblikk og negative sanksjoner, og for å maksimere sin ønskede gevinst. Som Goffman (1990:245) skriver; ”he (the performer) has the capacity to learn, this being exercised in the task of training for a part”. Blogging er en konstant øvelse i tilpasning, og til å bli flinkest mulig til å fremføre bloggerrollen. Denne tilpasningen legger føringer på selvrepresentasjonen, da bloggerne må justere sin rollefremførelse i bloggen ettersom de mottar sanksjoner og reaksjoner på sin bloggpraksis. For mange av informantene innebærer dette at de har sluttet å skrive om ting de skrev om tidlig i sin bloggkarriere, eller de har sluttet å legge ut gjenkjennelige bilder av seg selv. Petter sier for eksempel at han skrev mye stygt før, men at han helt har sluttet med det etter at ting han skrev i bloggen kom tilbake til han fra mennesker han ikke trodde leste bloggen hans. Felles for alle informantene er at det handler om å finne en balanse der de får sin belønning, uten å tape hele innsatsen²⁵. De har

²⁵ Goffman (2005) bruker gambling, hasardspill og casino som metafor for risikofylte handlinger som potensielt kan gi en høy uttelling.

øvd og øvd til de har lært seg hvordan de skal fremføre bloggerrollen med færrest mulig negative sanksjoner og konsekvenser. En viktig kanal for sanksjoner er, som jeg diskuterte i kapittel 4.3.2, kommentarer og tilbakemeldinger fra lesere. Linda sier at kommentarene gir henne en bedre ide av hvilke innlegg leserne liker, mens Benedicte sier at man gjennom kommentarer og tilbakemeldinger lærer hva som er mest populært hos leserne. Goffman (1990:227) argumenterer for at den opptredende må bruke takt i sin opptreden;

*[...] the performer must be sensitive to hints and ready to take them, for it is through hints that the audience can warn the performer that his show is unacceptable and that he had better modify it quickly if the situation is to be saved
(Goffman 1990:227).*

Kommentarer fungerer på denne måten som hint, og det er vanlig blant bloggere å etterlyse respons fra sine lesere om hva de ønsker å lese om i bloggen. For å bruke Meads (2001) ord, kan bloggen fungere som en kobling mellom ”jeget” og ”meget”, i det den både inkluderer bloggernes forståelse av seg selv, den uttrykte selvrepresentasjonen, men også lesernes forståelse av bloggeren, uttrykt gjennom kommentarer og tilbakemeldinger. ”Jeget” og ”meget” knyttes sammen gjennom sosialisering med lesere og gjennom en selvrefleksiv prosess, som begge er med på å forme identitetskonstruksjonen.

Når det gjelder Goffmans (1992,1990) dikotomi mellom fasade- og baksideområdet, har jeg vist at man i bloggsammenheng kan se på det som en dikotomi mellom privat og offentlig. Igjen er det snakk om distinksjoner og binære opposisjoner, der bloggerne sliter med utfordringen om å dele av sitt privatliv uten å avsløre *for mye* av sitt personlige liv. Goffman (1990:227) hevder at dersom aktøren skal ”misrepresent the facts in any way, he must do so in accordance with the etiquette for misrepresentation”. Med bakgrunn i dette siatet, vil jeg hevde at det er en stilltiende aksept bloggere i mellom, om at man kan holde ting tilbake, så lenge det man *faktisk* avslører er sant og oppriktig.

*Så på en måte har man muligheten til å filtrere seg selv, men så lenge man fremstiller seg på en måte som gjenspeiler den virkelige deg, ser jeg ikke noe galt i det.
(Martin 16 år)*

Som en kritikk av teori som hevder at internett er en rent muliggjørende arena, der man kan si og skrive hva man vil, være hvem man vil (se kapittel 4.5), vil jeg hevde at identitetskonstruksjonen og selvrepresentasjonen i en personlig blogg er påvirket av den sosiale konteksten den befinner seg i. Til tross for at internett er et demokratisk og offentlig, allment tilgjengelig medium som er velegnet til å presentere seg selv er det likevel visse

konvensjoner og regler som ligger til grunn for hva man kan og ikke kan skrive om og gjøre. Dette har jeg diskutert i kapittel 4.1 under samlebetegnelsen bloggetikette, og videre i dette kapitlet. De nevnte konvensjonene bunner ut i en felles oppfatning om hvordan bloggerrollen *bør* fremføres, og bloggpraksis er slik underlagt visse normative forventninger.

Det kan være vanskelig å vite hvordan man skal representere seg når publikum (muligens) er svært sammensatt. Med Goffmanske termer kan vi si at bloggeren spiller en rolle, som det er knyttet visse forventninger og sjangerkonvensjoner til. For å fylle bloggerrollen er det også naturlig at bloggeren velger å fremheve visse aspekter ved sin person, mens hun legger skjul på andre. Bloggetiketten legger føringer på hvordan bloggerrollen skal fremføres, men i forhold til et usynlig publikum er det ikke alltid klart hvilken rolle man skal spille. Læringsprosessen her ligger i å komme fram til en forståelse av hvilken linje man skal legge seg på, hvor personlig man skal være, hvor mye innblikk man skal gi i fasadeområdet. De som har blogget lengst er kanskje de som håndterer denne rollen best, og holder baksideområdet mest privat. De andre forholder seg mindre bevisst til hvem som har tilgang til hvilke områder. Selvrepresentasjonen i den personlige bloggen håndteres ved å skape en balanse mellom det private og det offentlige. Ved å ikke være for personlige forsøker bloggeren å møte et publikum de vet svært lite om, men definisjonen av hva som er personlig varierer informantene imellom. Med Goffmans ord er bloggernes løsning å begrense adgangen til baksideområdet. Det bildet leserne får av bloggeren dannes delvis ut ifra informasjon som bloggeren selv *gir*, men også ut ifra informasjon som bloggeren *avgir* via lenker samt informasjon som kommer til syne gjennom lesernes kommentarer (se kapittel 2.3). Aktøren kan til en viss grad styre inntrykket andre får av en, men bloggerrollen og dens tilhørende konvensjoner oppstår i sosialt samspill med leserne.

Selvrepresentasjonen i form av bloggen betyr ulike ting for de ulike informantene, men for alle har den på en eller flere måter fungert som et læringsverktøy. Bloggerne i denne undersøkelsen har prøvd seg fram med sine selvrepresentasjoner, og lært at de må forholde seg til et rammeverk. Etter som de har opplevd å få sanksjoner og reaksjoner på ting de har skrevet, har bloggerne måttet justere sine selvrepresentasjoner. Den identiteten som kommer til uttrykk i bloggen er altså sosialt skapt, som et resultat av en læringsprosess. Det handler både om hvordan aktørene skal presentere seg selv for verden, men også om at bloggerne har lært seg hva de bør skrive om for å få flest mulig lesere, kommentarer og tilbakemeldinger. Bloggerne har slik forhandlet fram et bilde av seg selv gjennom interaksjon med sitt publikum.

5.5 Oppsummering av hovedfunn

Denne oppgavens overordnede mål har vært å finne ut hvordan aktører håndterer selvrepresentasjon i personlige blogger, og har tatt sikte på å avdekke noen av de mekanismene som går igjen på plattformer der selvrepresentasjon finner sted, her spesifisert i personlige blogger. Jeg har i det foregående diskutert hvordan aktører forholder seg til sin bloggpraksis i personlige blogger, og jeg vil i det følgende svare på problemstillingene jeg listet opp i begynnelsen av dette kapittelet. Ved å først ta for meg de tre underproblemstillingene, vil jeg så til slutt være i stand til å besvare hvordan selvrepresentasjon håndteres i personlige blogger.

5.5.1 Autentisk selvrepresentasjon

Bloggerne i denne undersøkelsen er svært opptatte av at bloggen gir et autentisk bilde av hvem de er, og de understreker ettertrykkelig viktigheten av å være seg selv. Til tross for denne iboende forventningen om autentisk selvrepresentasjon, har informantene et både bevisst og reflektert forhold til den redigerings- og filteringsmuligheten bloggmediet legger til rette for. Goffman (1990:116) skriver at en vellykket opptreden avhenger av gode forberedelser. For at bloggpraksisen skal være vellykket må bloggerne lære seg å håndtere de normative rammevilkårene. Gjennom denne læringsprosessen blir bloggerne stadig flinkere til å fremføre bloggerrollen.

5.5.2 Bloggmotivasjon

Som også Markham (1998) kom fram til i sine studier, er det vanskelig å trekke generelle slutninger om en gruppe aktører basert på et lite utvalg, fordi det også innenfor en relativt homogen og nisjepreget gruppe finnes ulike praksiser og ulike oppfatninger av praksiser.

Enkelte av informantene bruker bloggen som et verktøy for en høyere måloppnåelse, det være seg anerkjennelse eller aksept, mens for andre er det de kan uttrykke gjennom bloggingen et mål i seg selv. De fleste jentene i denne undersøkelsen sier de blogger for å inspirere eller glede leserne sine, mens guttene er mer tilbøyelige til å si at deres bloggpraksis motiveres av et ønske om å oppnå anerkjennelse. Jeg har argumentert for at også de som blogger "for andre" får en positiv bekreftelse og anerkjennelse av seg selv gjennom bloggingen.

Bloggerne i dette utvalget har ulike motiver for å blogge, og det er heller ikke gitt at motivasjonen de hadde ved bloggingens begynnelse er den samme som gjør at de holder

bloggpraksisen gående. Dette betyr i praksis at bloggerne har skiftet fokus eller holdning til sin egen bloggpraksis etter hvert som de har lært seg hvordan de *bør* blogge, og ut i fra sanksjoner og tilbakemeldinger fra det sosiale rommet de opererer innenfor.

5.5.3 Bloggingens konsekvenser

Denne oppgaven illustrerer at online- og offlinelivet eksisterer og fungerer side om side, som gjensidige forlengelser av hverandre. Opptreden i bloggen har for informantene i denne studien ført til både positive og negative konsekvenser, men det er i stor grad de positive konsekvensene som vektlegges av informantene selv. Det er først og fremst nye bekjenskaper og positiv bekreftelse på egen person som fremheves som positive konsekvenser, men også en økt bevissthet rundt egen identitet trekkes fram. Opptil flere av informantene påpeker at de har et mer reflektert forhold til hvem de er, og hvem de *ønsker* å være, etter å ha dokumentert egne tanker og meninger over en lengre periode. De negative konsekvensene som nevnes er blant annet negativ oppmerksomhet rundt egen person, enten i sin egen blogg eller i andre fora på internett. Én av informantene har opplevd å få ”hatmail” og anklagende telefonoppringninger, ellers er det ingen virkelig store skyggesider ved blogging som avdekkes i denne oppgaven. Det er derimot tilfelle for alle informantene at konsekvensene av bloggingen manifesterer seg både hypertekstuel og sosialt, der bloggepisoder får følger både på internett og utenfor.

5.5.4 Hvordan håndteres selvrepresentasjon i personlige blogger?

Selvrepresentasjonen i den personlige bloggen håndteres ved å mestre rammevilkårene for vellykket bloggpraksis, som består av en gjentakende prosess av konvensjoner, relasjoner og koder. Det handler om håndtering av identitet, informasjon og relasjoner, som alle står i et gjensidig påvirkningsforhold til hverandre.

Identitet håndteres gjennom kontrollert fasadeopptreden, en opptreden som er både filtrert og redigert, men som likevel preges av en antatt autenticitet. Nettopp autenticitet er et viktig aspekt ved selvrepresentasjon i bloggen, fordi det påvirker hvorvidt bloggeren oppfattes som oppriktige og troverdige i sin rollefremførelse. Et annet aspekt som påvirker identitetshåndteringen er det innholdet bloggeren publiserer i bloggen og deler med leserne sine. All kommunikasjon i bloggen vil både gi og avgi informasjon om bloggeren, og dermed påvirke det bildet leserne får av bloggeren.

Informasjon håndteres ulikt informantene i mellom. Noen oppsøker aktivt nettsteder og andre kilder for å finne inspirasjon, mens andre blogger først når inspirasjonen melder seg.

Relasjoner håndteres gjennom både hypertextuelle bånd som lenker, samt gjennom bånd som også innebærer sosial interaksjon, enten dette foregår gjennom onlineaktivitet eller offline. I visse tilfeller går de hypertextuelle relasjonene over til å bli sosiale relasjoner, der bloggeren viderefører bekjenskaper som har oppstått online til å gjelde også utenfor nettet.

Mens hypertextuelle- og sosiale relasjoner som kun vedlikeholdes innenfor bloggspæren/ bloggformatet er å regne for det Granovetter (1983,1973) kaller svake bånd, er sosiale relasjoner som eksisterer forut for, og parallelt med bloggingen å regne for sterke bånd. Noen av informantene har ytre motiver for å blogge (Walker 2000:106; se kapittel 2.2.2), og bedriver det Brake (2007:151) kaller dialogisk blogging. Her er funksjonen altså først og fremst å ivareta sterke bånd. Andre har indre motiver for å blogge (se kapittel 2.2.2), der formålet med bloggingen er å skaffe seg en større krets av svake bånd, eller å imponere leserne gjennom det Brake (2007:151) kaller bloggspens nærkringkastende funksjon.

Digitale selvrepresentasjoner må forholde seg til, ikke bare til den sosiale konteksten, men også den teknologiske. Dette betyr at aktørenes individuelle ferdigheter, sammen med den tilgjengelige programvaren, har innvirkning på selvrepresentasjonen. Det hender at det faktiske uttrykket ikke korresponderer med det ønskede uttrykket, enten fordi programvaren er utilstrekkelig, eller fordi bloggeren mangler ferdigheter på feltet.

5.6 Avsluttende refleksjoner

Jeg begynte arbeidet med denne oppgaven med en tanke om å bruke Goffman (2005,1992,1990) som et teoretisk bakgrunnstppe. Dette har til en viss grad vært tilfredsstillende, men først og fremst som et utgangspunkt, da det introduserte meg for et begrepsapparat jeg kunne dra nytte av i min undersøkelse. Jeg fant snart ut at jeg trengte en annen type teori som supplement til Goffmans teorier om presentasjon av selvet, og jeg har i denne oppgaven, ved hjelp av Schmidt (2007), vist at bloggpraksis hviler på en forventning om at visse rammevilkår oppfylles. Krysningpunktet for Goffmans og Schmidts teorier er nettopp aspektet av læring. Med henvisning til Goffman (1992,1990) lærer bloggerne å representere seg selv, og dette gjør de ved å forholde seg til og beherske, de rammevilkårene Schmidt (2007) skisserer opp. Det viktigste funnet i denne undersøkelsen er nettopp at bloggpraksis er forbundet med en prosess av lært selvrepresentasjon, og dette var ikke noe jeg hadde forutsett at jeg ville finne. Med andre ord har empirien og forskningsprosessen bidratt med en innsikt jeg ikke hadde antakelser om før jeg begynte.

Jeg er opptatt av hvordan mennesker på samme tid både former og deler sine liv, gjennom bruk av blogger. Det ser ut til å være en økende trend at aktører vil skrive sin personlige historie, og formulere sin identitet for å vise hvem de er. Kanskje har vi i vårt moderne samfunn fått så mange muligheter, at vi anses som mislykkede dersom man ikke klarer å hevde seg på noe felt. Kanskje er det frykten for å forsvinne i mengden som fører til masseeksponering av individet? Internett har kanskje gått fra å være det Meyrowitz (1985) kaller ”No sense of place”, til i større grad å bli en scene for kontrollert og strategiske selvrepresentasjon, men det er også et aspekt av autenticitet inne i bildet her. Mulighetene er til stede for at aktører kan leke seg med hvem de er på internett, der publikum er usynlig og filtreringsmulighetene store. Det ser likevel ut til at nettbrukere ikke er interessert i leke med identiteter, men er mer opptatt av å skape seg en digital identitet som i størst mulig grad korresponderer med deres fysiske identitet, slik at de blir gjensidige forlengelser av hverandre. Bloggerne i denne undersøkelsen er svært klar over at de har mulighet til å redigere og filtrere seg selv, men presiserer like fullt at det er ekstremt viktig for dem å ”være seg selv”, å være autentiske. Nettopp her ligger spenningen mellom presentasjon og representasjon. Bloggerne tror de kan bruke bloggen til å presentere seg, hvilket er en autentisk aktivitet, men bloggen vil alltid være en representasjon så lenge aktørene aktivt og bevisst filtrer og redigerer det bildet de presenterer av seg selv. På denne måten er bloggen en antatt autentisk selvrepresentasjon. Som Kaare og Lundby (2008:120) skriver;

Even if it is a claim [...] that the theme of the narrative should be the lived life of the narrator, that it should be autobiographically rooted, this claim alone is no guarantee of authenticity.

Med Goffmans (1990:44) ord driver bloggerne en form for idealisering, idet de velger å fremheve det de anser som de mest fordelaktige forholdene ved sin egen identitet. Ergo er en viktig utfordring for aktører som opptrer på internett, hvordan man kan være et ekte og autentisk selv i et rom som er sosialt og teknologisk strukturert. Jeg har i denne oppgaven vist at det ikke lenger kan argumenteres for at internett er et fristed der individet kan leke seg med egen og andres selvrepresentasjon, men må forholde seg til både sosiale konvensjoner og teknologiske forutsetninger. Disse forventningene og kravene finnes i det miljøet man beveger seg i, og for å lykkes med den digitale selvrepresentasjonen, må man lære seg å håndtere disse forventningene. At aktørene er bevisste på at de har en redigerings- og filtreringsmulighet viser at bloggen er en selvrepresentasjon, den er manipulert og bearbeidet.

Thumim (2006) påpeker en spenning mellom det ordinære og det ekstraordinære, og identifiserer en tendens der aktører ønsker å fremstå som ekstraordinære. Dette var også min

antakelse da jeg begynte med denne undersøkelsen, men jeg har funnet ut at denne antakelsen er til dels motstridende med funnene mine. Det peker seg heller ut en tendens blant informantene at målet er å være, eller fremstå som, autentiske heller enn som ekstraordinære, og bloggpraksis er et egnet svar på denne etterspørselen. Jeg har påvist at bloggen brukes for å oppnå individuelle mål, noe som krever både en aktiv innsats fra individet og en form for anerkjennelse fra andre.

Det er viktig å være, i det minste fremstå som, ekte og autentisk og Internett er en egnet arena for antatt autentiske selvrepresentasjoner. Kanskje kan man også argumentere for at det økende fokuset på individualisme og autentisitet kan sees som en reaksjon på det fragmenterte moderne samfunnet som dukket opp med høy- og postmoderniteten (se kapittel 2.1). Miller og Shepherd (2004:12) argumenter i så henseende for at bloggen er et motsvar til postmoderne ustabilitet, en reaksjon på den konstante flyt av subjektivitet, og et forsøk på å skape noe stabilt, vedvarende og ”ekte”.

Internett stadig vokser i utbredelse og omfang, og tar over stadig flere oppgaver og funksjoner som tidligere har tilhørt andre forum. Internett som medium er svært velegnet for å møte etterspørselen etter individualistiske og autentiske opplevelser, delvis grunnet den økende andelen av brukergenerert innhold. Vårt moderne samfunn blir stadig mer individualistisk, med et enormt fokus på selvrealisering, og en stadig voksende jakt etter autentiske opplevelser. Som jeg diskuterte i kapittel 2.2.1, argumenterer Anderson (2006) for at nisjemarkeder blir viktigere enn massemarkeder. Dette kan både resultere i, og være et resultat av, den utbredte brukergenererte innholdsproduksjonen som personlige blogger er en god representant for. Disse argumentene korresponderer godt med diskusjonen tidligere i denne oppgaven, om at det ultimate målet for et individ er å fremstå hel og fullstendig, å være 100% seg selv. Et tentativt svar på hvorfor disse selvrepresenterende aktivitetene finner sted, er at vi alle forsøker å finne noe som gjør at vi utmerker oss, som skiller oss fra de andre. Vi forsøker å finne noe som gjør oss annerledes og spesielle, noe som gjør oss til oss. Som en av mine informanter uttrykker det; *så er jeg heller ikke som mine venner*.

Turkle (1997) argumenterer for at de tidligere MUD-spillene ga nettbrukere mulighet og anledning til å dyrke ulike identiteter. Jeg hadde også en antakelse om at folk bruker nettet til å spille ut sider ved seg selv som de kanskje ikke ellers får utløp for, og at de velger å fremheve eller skjule visse sider ved selvet. Dermed blir den medierte selvrepresentasjonen kun et utdrag, og ikke hele bildet. Dette bekreftes i mine undersøkelser, der det viser seg at det er svært viktig for bloggerne å være seg selv, samtidig som de påpeker at bloggen er en mer redigert og kontrollert utgave av dem selv. I tråd med Giddens og modernitetsteori har

jeg argumentert for at det er svært viktig for bloggerne i denne undersøkelsen å fremstå som helhetlige, koherente og autentiske selv (se kapittel 2.1). Samtidig vil jeg peke på en delvis gyldighet i postmoderne argumenter som hevder at internett tilrettelegger for lek med identiteter. Ikke som i en veksling mellom ulike identiteter, men med én identitet.

Informantene i denne undersøkelsen viser at de gjennom å presentere seg i bloggen i sosialt samspill med leserne, konstruerer en identitet som er redigert og tilpasset de sosiale rammene de opptrer innenfor.

5.7 Kommentarer til videre forskning

Min oppgave kan være nyttig et nyttig utgangspunkt for videre forskning som tar sikte på å si noe om hvilken plass internett og internettbruk har i våre moderne liv. Det kan være nyttig med en bevisstgjøring rundt hva, hvordan og hvorfor vi bruker internett, og hva vi får ut av denne bruken. Oppgaven tar opp spørsmål som konsekvenser av å drive selvrepresentasjon i bloggen, og dette kan lede til nye forskningsspørsmål om hvilke konsekvenser blogging kan føre til, både for bloggeren selv men også for andre involverte.

Et spørsmål som åpenbarer seg i den forbindelse, er hva som vil bli de langsiktige konsekvensene av digital selvrepresentasjon. Dette er et interessant aspekt ved all digital selvrepresentasjon, det være seg i blogger, sosiale nettsamfunn, i diskusjonsfora eller andre steder man legger igjen digitale spor. Alle mine informanter er fortsatt aktive med bloggingen, og kan ikke vise til noen langsiktige konsekvenser, verken positive eller negative. For nye forskningsprosjekt kan det være aktuelt å undersøke konsekvenser på lang sikt, for å se om det faktisk er slik at digital historiefortelling har mørke skyggesider vi ennå ikke er klar over, eller om det i fremtiden vil være så vanlig at våre digitale selv kan oppspores at det ikke lenger er skummelt å legge igjen spor etter seg.

Et interessant aspekt som det ikke er mulig å komme noe dypere inn på i denne oppgaven, men som det kunne vært spennende å vite mer om, er bloggens publikum og lesere. Hvem leser blogger, og hvorfor gjør de det? Statistisk sett vet vi at det er mange flere som leser blogger, enn som skriver selv, men vi vet ikke så mye om dem enda. Det er opptil flere av informantene i denne undersøkelsen som påpeker at de har høye lesertall, men at det kun er en håndfull lesere som legger igjen kommentarer. Dette betyr at det er få lesere som faktisk tilkjenner seg, mens størsteparten ”lurker”²⁶ uten å legge igjen spor. En av utfordringene her

²⁶ ”In Internet culture, a lurker is a person who reads discussions on a message board, newsgroup, chatroom, file sharing or other interactive system, but rarely, if ever, posts or participates” (Wikipedia 2009).

er hvordan man skal få disse ukjente leserne i tale, da det også er en kjensgjerning at de fleste heller ikke legger igjen spor etter seg, i form av kommentarer eller tracebacks.

Et siste interessant oppfølgingsspør jeg vil ta opp her, er hvorvidt og i så fall hvordan, kommersialisering av blogger påvirker selvrepresentasjonen. Det er mange bloggere som tilhører en institusjon, for eksempel et avishus, eller som på en eller annen måte tilhører en kommersiell aktør, og derfor er pålagt å poste et visst antall innlegg hver dag. Jeg har så vidt vært inne på hvordan relasjonshåndteringen påvirker identitetshåndteringen, når bloggere legger ut innlegg for å tilfredsstille sine lesere som sitter hjemme og venter. Som jeg har vist er autenticitet en viktig del av rollefremførelsen i bloggen. Det kunne derfor vært interessant å undersøke hva som skjer med autenticitetsperspektivet i bloggsjangeren dersom alle blogger til slutt blir fulle av annonser og sponsede innlegg.

Litteratur og kilder

- Abercrombie, Nicholas, Stephen Hill og Bryan S. Turner (2000): *The penguin dictionary of sociology*. 4.utg. Penguin Books: London.
- Anderson, Chris (2006): *The long tail. Why the future of business is selling less of more*. Hyperion: New York.
- Andresen, Siri (2008): *Valgkamp på nett. Partileders bruk av blogg som politisk kommunikasjonsverktøy i valget 2007*. Masteroppgave i medievitenskap, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Baoill, Andrew Ó (2004): "Weblogs and the public sphere" i *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Tilgjengelig fra: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/> [23.09.08]
- Bauman, Zygmunt og Tim May (2004): *Å tenke sosiologisk*. Abstrakt Forlag: Oslo.
- Berkaak, Odd Are og Ivar Frønes (2005): *Tegn, tekst og samfunn*. Abstrakt Forlag: Oslo.
- Blood, Rebecca (2002a): "Introduction" i *We've got blog- how weblogs are changing our culture*. Rebecca Blood (red.). Perseus Publishing: Cambridge.
- Blood, Rebecca (2002b): "Weblogs: A history and perspective" s.7-16 i *We've got blog- how weblogs are changing our culture*. Rebecca Blood (red.). Perseus Publishing: Cambridge.
- Bolter, Jay David og Richard Grusin (1999): *Remediation: Understanding new media*. The MIT Press: Cambridge.
- Boutin, Paul (2008): "Twitter, Flickr, Facebook make blogs look so 2004". Tilgjengelig fra: http://www.wired.com/entertainment/theweb/magazine/16-11/st_essay [11.05.08]
- Bourdieu, Pierre (2003 [1979]): *Distinction- A sociological critique of the judgement of taste*. Routledge: London.
- boyd, danah (2008): "Facebook's privacy trainwreck: Exposure, invasion, and social convergence" s.13-20 i *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* vol.14 (1). Sage Publications: London. Tilgjengelig fra <http://www.danah.org/papers/> [04.12.08]
- boyd, danah (2007a): "Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life" s.119-142 i *Youth, identity, and digital media*. David Buckingham (red.). MIT Press:Cambridge (MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning). Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf> [01.09.07]
- boyd, danah (2007b): "None of this is real" s. 132-157 i *Structures of participation*. Joe Karaganis (red.). Columbia University Press: New York. Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/> [08.03.08]
- boyd, danah (2006a): "A blogger's blog: Exploring the definition of a medium" i *Reconstruction* 6 (4). Tilgjengelig fra: <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml> [01.09.07]
- boyd, danah (2006b): "The significance of social software" s. 15-30 i *Blog talks reloaded. Social software – Research & cases*. Thomas N Burg og Jan Schmidt (red.). Norderstedt: Books on Demand. Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/> [08.03.08]
- boyd, danah (2004): "Friendster and publicly articulated social networks." *Conference on human factors and computing systems (CHI 2004)*. Vienna: ACM, April 24-29, 2004. Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/> [08.03.08]
- boyd, danah og Nicole B. Ellison (2007): "Social network sites: Definition, history, and scholarship" artikkel 11 i *Journal of Computer-Mediated Communication* vol.13(1). Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/> [08.03.08]

- boyd, danah og Jeff Heer (2006): "Profiles as conversations: Networked identity performance on friendster". Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences 2006. (HICSS-39) Persistent Conversation Track. Kauai, HI: IEEE Computer Society. Januar 4-7 2006.
Tilgjengelig fra: <http://www.danah.org/papers/> [08.03.08]
- Brake, David (2008): "Shaping the 'me' in MySpace" s. 285-300 i *Digital storytelling, mediatized stories: Self-representations in new media*. Knut Lundby (red.). Peter Lang Publishing: New York (Digital formations series vol. 52).
- Brake, David (2007): "Personlige bloggere og deres publikum: Hvem tror bloggerne at de snakker med?" s. 141-163 i *Personlige medier- Livet mellom skjermene*. Marika Lüders, Lin Prøitz og Terje Rasmussen (red.). Gyldendal: Oslo.
- Brandtzæg, Petter Bae (2007): "Vi er i "den lange halen"s tid". Kronikk publisert i Aftenposten 09.08.07. Tilgjengelig fra: <http://www.seniornett.no/seniornett/Emner/Seniornett/kronikk-av-Petter-Brandtzaeg> [10.03.09]
- Bratteteig, Tone (2008): "Does it matter that it's digital?" s. 271-284 i *Digital storytelling, mediatized stories: Self-representations in new media*. Knut Lundby (red.). Peter Lang Publishing: New York (Digital formations series vol.52).
- Bruns, Axel og Joanne Jacobs (2006): "Introduction" i *Uses of Blogs*. Axel Bruns og Joanne Jacobs (red.). Peter Lang: New York. Tilgjengelig fra: <http://snurb.info/node/335> [09.01.08]
- Burnett, Robert og David P. Marshall (2003): *Web theory. An introduction*. Routledge: London.
- Calvert, Clay (2000): *Voyeur nation*. Westview Press: Boulder
- Caplex (2009a): "Presentere". Tilgjengelig fra: <http://www.caplex.no/Web/ArticleView.aspx?id=9328340> [07.04.09]
- Caplex (2009b): "Representere". Tilgjengelig fra: <http://www.caplex.no/Web/ArticleView.aspx?id=9329663> [07.04.09]
- Chandler, Daniel (1998): "Personal home pages and the construction of identity on the web". Tilgjengelig fra: <http://www.aber.ac.uk/media/Documents/short/webident.html> [10.03.08]
- Clark, Lynn Schofield (2009): "How social networking challenge views on identity-construction." Presentasjon på faglig instituttseminar 22.03.09, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo (Upublisert).
- Cooley, Charles Horton (1902): *Human nature and the social order*. Transaction: New Brunswick.
- D2 (2009): "Intim bakrus" s. 6-15 i *Dagens Næringsliv/ D2* 30.01.09.
Tilgjengelig fra: <http://www.dn.no/d2/article1593599.ece> [31.01.09]
- Dagbladet (2009): "Blogget om sjefen- fikk sparken på dagen" i *Dagbladet* 27.02.09.
Tilgjengelig fra: <http://www.dagbladet.no/2009/02/28/nyheter/blogging/internett/innenriks/2400/5062433/> [27.02.09]
- Dagbladet Fredag (2008a): "Blondinbella er Sveriges mest leste blogger" s.6-9 i *Dagbladet Fredag* 11.08.08.
- Dagbladet Fredag (2008b): "Egenmelding" s.16-20 i *Dagbladet Fredag* 18.04.08.
- Dagsavisen (2008): "Bloggernes nye favoritter" i *Dagsavisen* 06.05.08. Tilgjengelig fra: <http://www.dagsavisen.no/kultur/musikk/article347543.ece> [06.05.08]
- Dagsavisen (2007): "Facebook-eksplosjon" s.12 i *Dagsavisen* 07.05.07.
- Deuze, Mark (2007): *Media works*. Polity Press: Cambridge (Digital Media and Society Series).

- Digital storytelling, mediatized stories: Self-representations in new media*. Knut Lundby (red.). Peter Lang Publishing: New York (Digital formations series vol.52).
- DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai, W. Russell Neuman og John P. Robinson (2001): "Social implications of the Internet" s.307-336 i *Annual Review of Sociology* vol. 27.
- Donath, Judith og boyd, danah (2004): "Public displays of connection" s. 71-82 i *BT Technology Journal* vol. 22 (4).
- E24 (2008): "Isabella (17) blir søkkrik på blondine blogg". Tilgjengelig fra: <http://e24.no/oppogfrem/jobb/article2315234.ece> [27.04.09]
- Economist (2008): "Oh, grow up!" i Economist. Tilgjengelig fra: http://www.economist.com/business/displaystory.cfm?story_id=12566826 [27.01.09]
- Elliott, Anthony (2007): *Concepts of the self*. 2.utgave. Polity Press: Cambridge
- Ellison, Nicole B; Charles Steinfield og Cliff Lampe (2007): "The benefits of Facebook "friends": Social capital and college students' use of online social network sites" s.1143-1168 i *Journal of computer-mediated communication* vol.12.
- Ellison, Nicole, Rebecca Heino og Jennifer L. Gibbs (2006): "Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment" artikkel 2 i *Journal of computer-mediated communication* vol.11 (2).
- Encyclopedia (2009a): "In real life". Tilgjengelig fra: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/In+Real+Life> [27.01.09]
- Encyclopedia (2009b): "Multi user domain". Tilgjengelig fra: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/Multi-User+Dungeon> [27.01.09]
- Encyclopedia (2009c): "Unique visitors". Tilgjengelig fra: <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/unique+visitors> [27.01.09]
- Erstad, Ola og James W. Wertsch (2008): "Tales of mediation: Narrative and digital media as cultural tools" s.21-40 i *Digital storytelling, mediatized stories: Self-representations in new media*. Knut Lundby (red.). Peter Lang Publishing: New York (Digital formations series vol.52).
- Fagerjord, Anders (2006): *Web-medier. Introduksjon til sjangre og uttrykksformer på nettet*. Universitetsforlaget: Oslo.
- Flaaten, Mari Hovland (2005): *Bloggens komplekse natur- en kvalitativ undersøkelse av webloggens rolle som identitetsskaper og nettverksbygger*. Masteroppgave ved Institutt for Medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Fredheim, Nanna Alida (2008): *Ser deg i skogen!* Masteroppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Friedlander, Larry (2008): "Self-representations and literacy in using digital media" Workshop på Forskningsparken, Universitetet i Oslo, 11.04.08 (Upublisert).
- Frønes, Ivar og Knut Arne Futsæter (2008): "The usage and function of social media". Presentasjon på prosjektseminar til Mediatized Stories 15.04.08, på Baroniet Rosendal (Upublisert).
- Gallup (2008): Interbus Gallup 2008. Tall kan fås ved henvendelse til TNS Gallup.
- Gauntlett, David (2007): *Creative explorations. New approaches to identities and audiences*. London: Routledge.
- Gentikow, Barbara (2005): *Hvordan utforsker man medieerfaringer?* IJ-forlaget: Kristiansand.
- Gibbs, Jennifer L., Nicole B. Ellison og Rebecca D. Heino (2006): "Self-presentation in online personals. The role of anticipated future interaction, self-disclosure, and perceived success in Internet dating" s.152-177 i *Communication research* vol. 33(2).
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. Polity Press: Cambridge.

- Goffman, Erving (1990 [1959]): *The presentation of self in everyday life*. Penguin Books: London.
- Goffman, Erving (1992 [1959]): *Vårt rollespill til daglig- En studie av hverdagslivets dramatik*. Pax Forlag: Oslo.
- Goffman, Erving (2005 [1967]): *Interaction ritual- Essays in face-to-face behaviour*. Aldline Transactions: New Brunswick.
- Granovetter, Mark (1983): "The strength of weak ties: A network theory revisited" s.201-223 i *Sociological Theory* vol.1.
- Granovetter, Mark (1973): "The strength of weak ties" s.1360-1380 i *American Journal of Sociology* vol.78 (6).
- Gripsrud, Jostein (2002): *Mediekultur, mediesamfunn*. 2. utgave. Universitetsforlaget: Oslo.
- Guignon, Charles (2004): *On being authentic*. Routledge: London.
- Gumbrecht, Michelle (2004): "Blogs as 'protected space'". Presented at the workshop on the weblogging ecosystem: Aggregation, analysis, and dynamics: WWW 2004. ACM Press: New York. Tilgjengelig fra: <http://www.blogpulse.com/papers/www2004gumbrecht.pdf> [02.02.09]
- Hall, Stuart (1997): "The work of representation" i *Representation. Cultural representations and signifying practices*. Stuart Hall (red.). Sage Publications: London.
- Haythornthwaite, Caroline (2002): "Strong, weak and latent ties and the impact of new media" s.385-401 i *The information society* vol.18 (5).
- Hebdige, Dick (2002 [1979]): *Subculture- The meaning of style*. Routledge: London.
- Herring, Susan C., Lois Ann Scheidt, Sabrina Bonus og Elijah Wright (2004): "Bridging the gap: A genre analysis of weblogs". hicss,pp.40101b, Proceedings of the 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS'04) - Track 4, 2004.
- Hevern, Vincent (2000): "Alterity and self-presentation via the web: Dialogical and narrative aspects of identity construction". Paper presented at the First international conference on the dialogical self. Katholieke Universiteit Nijmegen, The Netherlands.
- Hine, Christine (2000): *Virtual ethnography*. Sage: London.
- Hodkinson, Paul (2006): "Subcultural blogging: Online journals and group involvement among UK goths" i *Uses of Blogs*. Axel Bruns og Joanne Jacobs (red.). Peter Lang: New York. Tilgjengelig fra: <http://www.paulhodkinson.co.uk/publications.php> [09.01.08]
- Hull, Glynda (2003): "At last. Youth culture and digital media. New literacies for new times" s.229-233 i *Research in the teaching of English* vol.38 (2).
- Inside (2008): "Meninger om mote? Begynn å blogge!" s.42-51 i *Inside* 06/08. Egmont Serieforlaget: Oslo.
- Jones, Amelia (2006): *Self/image: technology, representation, and the contemporary subject*. Routledge: London.
- Jones, Steve (2006): "Foreword: Dreams of fields: Possible trajectories of Internet studies" s.ix-xvii i *Critical cyberculture Studies*. David Silver og Adrienne Massanari (red.). New York University Press: New York.
- Jones, Steve (1994): "Hyper-punk: Cyberpunk and information technology" s.81-92 i *Journal of popular culture* vol.28 (2).
- Kaare, Birgit Hertzberg og Knut Lundby (2008): "Mediatized lives: Autobiography and assumed authenticity in digital storytelling" s.105-122 i *Digital storytelling, mediatized stories*. Knut Lundby (red.). Peter Lang: New York (Digital formations series vol.52).
- Karlsson, Lena (2007): "Desperately seeking sameness" s.137-153 i *Feminist media studies* vol.7 (2).

- Katz, James E. og Ronald E. Rice (2002): *Social consequences of Internet use. Access, involvement, and interaction*. The MIT Press: Cambridge.
- Krogstad, Anne (2007): "En bok, en blogg og en blondine. Personlig politisk lederskap i nye medier" s.195-225 i *Sosiologisk tidsskrift* vol.15 (3).
- Kvale, Steinar og Svend Brinkmann (2009): *Interviews. Learning the craft of qualitative research interviewing*. 2.utgave. Sage: Los Angeles.
- Kvale, Steinar (2001): *Det kvalitative forskningsintervju*. Gyldendal Akademisk: Oslo.
- Lambert, Joe (2006): *Digital Storytelling. Capturing lives, creating community*. 2.utgave. Digital Diner Press: Berkeley.
- Langestrand, Ingrid Helene (1999): "Reisesjekken"- motiver for deltakelse og tanker om selvrepresentasjon. En kvalitativ analyse av sjekking på TV. Masteroppgave ved Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Layder, Derek (2006): *Understanding social theory*. SAGE Publications: London.
- Lazarsfeld, Paul F og Elihu Katz (1960 [1955]): *Personal influence- The part played by people in the flow of mass communications*. The Free Press, Illinois.
- Lenhart, Amanda og Susannah Fox (2006): "Bloggers. A Portrait of the Internet's new storytellers". *Pew Internet and American Life Project*. Tilgjengelig fra: http://www.pewinternet.org/PPF/r/186/report_display.asp [07.10.07]
- Lenhart, Amanda, John Horrigan og Deborah Fallows (2004): "Content creation online. 44% of U.S Internet users have contributed their thoughts and their files to the online world." *Pew Internet and American Life Project*. Tilgjengelig fra: http://www.pewinternet.org/reports/pdfs/PIP_Content_Creation_Reports.pdf [07.10.07]
- Lewis, Jeff (2002): *Cultural studies- The basics*. Sage Publications: London.
- Livingstone, Sonia (2008): "Taking risky opportunities in youthful content creation: teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression" s.459-477 i *New media and society* vol.10 (3). SAGE Publications: London.
- Lovink, Geert (2008): "Introduction: The pride and glory of web 2.0" i *Zero comments. Blogging and critical internet culture*. Geert Lovink (red.). Routledge: London.
- Lüders, Marika (2007): *Being in mediated spaces. An enquiry into personal media practices*. Doktorgradsavhandling, Institutt for medier og kommunikasjon, Universitetet i Oslo.
- Lundby, Knut (2008): "Introduction: Digital storytelling, mediated stories" s.1-17 i *Digital storytelling, mediated stories*. Knut Lundby (red.). Peter Lang: New York (Digital formations series vol.52).
- Mann, Chris og Fiona Stewart (2000): *Internet communication and qualitative research. A handbook for researching online*. Sage Publications: London.
- Markham, Annette (2007): "The methods, politics, and ethics of representation in online ethnography" s.247-284 i *Collecting and interpreting qualitative materials*. Norman K. Denzin og Yvonna S. Lincoln (red.). 3.utgave. Sage: Thousand Oaks.
- Markham, Annette N. (1998): *Life online. Researching real experience in virtual space*. AltaMira Press: Walnut Creek.
- McLuhan, Marshall (1962): *The Gutenberg galaxy: the making of typographic man*. University of Toronto Press: Toronto.
- Mead, George Herbert (2001 [1963]): "The I and the me" i *Self & society*. Ann Branaman (red.). Malden Mass: Blackwell.
- Melberg, Arne (2007): *Selvskrevet. Om selvframstilling i litteraturen*. Spartacus Forlag: Oslo.
- Miller, Carolyn R. og Dawn Shepherd (2004): "Blogging as social action: A genre analysis of the weblog" i *Into the blogosphere*. Tilgjengelig fra: http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html [17.09.08]

- Mortensen, Torill og Jill Walker (2002): "Blogging thoughts: personal publication as an online research tool" i *Researching ICTs in Context*. A. Morrison (red.). InterMedia Report. Tilgjengelig fra: <http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/skikt-research-conference.html> [17.09.08]
- Meyrowitz, Joshua (1985): *No sense of place. The impact of electronic media on social behaviour*. Oxford University Press: New York.
- Nelson, Mark (2008): "Fwd:Re: Presentation or Re-presentation?" Privat E-post til Karoline Tømte 17.04.08.
- NESH (2006): Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi. De forskningsetiske komiteer. Zoom Grafisk: Oslo. Tilgjengelig fra: <http://www.etikkom.no/retningslinjer/NESHretningslinjer/06> [17.09.08]
- O'Reilly, Tim (2005): "What is web 2.0. Design patterns and business models for the next generation of software". Tilgjengelig fra: <http://www.oreillynet.com/pub7a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html> [06.05.08]
- Omdahl, Jan (2003): *Den vakreste kvinnen i verden. Reisebrev fra nettverkssamfunnet*. Forlaget Press: Oslo.
- Personlige medier- Livet mellom skjermene*. Lüders, Marika, Lin Prøitz og Terje Rasmussen (red.). Gyldendal: Oslo 2007.
- Polak, Michele (2006): "Ch.10: It's a gURL thing. Community versus commodity in girl-focused netspace" i *Digital generations. Children, young people, and new media 2006*. David Buckingham og Rebekah Willet (red.). Routledge: London.
- Rasmussen, Terje (2003): "Masken foran masken- E. Goffman og personlig presentasjon på web". Arbeidsnotat fra prosjektet "Internett i endring" ved Universitetet i Oslo. Tilgjengelig fra: <http://www.media.uio.no/prosjekter/internettiendring/> [18.02.08]
- Reed, Adam (2005): "'My blog is me': Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology)" s.220-242 i *Ethnos* vol.70 (2).
- Ricoeur, Paul (1988): *Time and narrative* vol.3. University of Chicago Press: Chicago.
- Ricoeur, Paul (1985): *Time and narrative* vol.2. University of Chicago Press: Chicago.
- Ricoeur, Paul (1984): *Time and narrative* vol.1. University of Chicago Press: Chicago.
- Robinson, Laura (2007): "The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age" s. 93-110 i *New media & society* vol. 9 (1) Sage Publications: London.
- Rogers, Everett M. (2003 [1962]): *Diffusion of innovations*. Free Press: New York.
- Ryen, Anne (2002): *Det kvalitative intervjuet. Fra vitenskapsteori til feltarbeid*. Fagbokforlaget: Bergen.
- Scheidt, Lois Ann (2006): "Ch. 11: Adolescent diary weblogs and the unseen audience" s.193-210 i *Digital generations. Children, young people, and new media*. David Buckingham og Rebekah Willett (red.). Lawrence Erlbaum: London.
- Schmidt, Jan (2007): "Blogging practices: An analytical framework" s.1409-1427 i *Journal of computer-mediated communication* vol.12 (4).
- Schmidt, J., M. Wilbers og M. Paetzolt (2006): *Use and satisfaction with blogging software. Empirical findings for the German-speaking blogosphere*. Research Center "New communication media" working paper 06-04. Bamberg. Tilgjengelig fra: <http://www.fonk-bamberg.de/pdf/fonkpaper064.pdf> [02.02.09]
- Schwebs, Ture og Otnes, Hildegunn (2001): *tekst.no- Strukturer og sjangrer i digitale medier*, Landslaget for norskundervisning/ Cappelen Akademisk Forlag: Oslo.
- Serfaty, Viviane (2004): *The mirror and the veil: An overview of American online diaries and blogs*. Rotopi: Amsterdam (Amsterdam Monographs in American Studies).

- Sjekking på TV : offentlig ydmykelse eller bare lek?: En studie av Reisesjekken - programformat, deltakere, produsenter, sponsorer og publikum.* Eva Bakøy og Trine Syvertsen (red.). Unipub: Oslo 2001.
- Spirit (2008): "New kids on the blog" s.30-31 i *Spirit* april 2008, nr. 03, årgang 15. Chili Publications: Oslo.
- SSB (2007): Norsk Mediebarometer 2007. Tilgjengelig fra: <http://www.ssb.no/emner/07/02/30/medie/sa96/oversikt.html> [23.09.08]
- Sveningsson, Malin, Mia Lövhelm og Magnus Bergquist (2003): *Att fånga nätet. Kvalitativa metoder för Internetforskning.* Studentlitteratur: Lund.
- Thagaard, Tove (2003): *Systematikk og innlevelse. En innføring i kvalitativ metode.* Fagbokforlaget: Bergen.
- Thumim, Nancy (2008): "It's good for them to know my story" s.85-104 i *Digital storytelling, mediatized stories. Self-representations in new media.* Knut Lundby (red.). Peter Lang: New York (Digital formations series vol.52).
- Thumim, Nancy (2006): "Mediated self-representations. 'Ordinary people' in 'communities'" s.255-274 i *Returning (to) communities. Theory, culture and political practice of the communal.* S. Herbrechter og M. Higgins (red.). Rodopy: London.
- Turkle, Sherry (2005 [1984]): *The second self. Computers and the human spirit.* MIT Press: Cambridge.
- Turkle, Sherry (1997 [1995]): *Life on the screen. Identity in the age of the Internet.* Touchstone: New York.
- Universitas (2008): "Reine liner- av og til er det dei med mest uro i kroppen som får verda i vater" s.20-21 i *Universitas* 03.09.08, nummer 21, årgang 62.
- Waldahl, Ragnar (2003): *Mediepåvirkning.* Ad Notam Gyldendal: Oslo.
- Walker, Jill (2003): "Weblog definition" i *The Routledge encyclopedia of narrative theory.* David Herman, Manfred Jahn and Marie-Laure Ryan (red.). Routledge: London 2005. Tilgjengelig fra: http://jilltxt.net/archives/blog_theorising/final_version_of_weblog_definition.html [25.02.08]
- Walker, Katherine (2000): "It's difficult to hide it: The presentation of self on Internet home pages" s.99-120 i *Qualitative sociology* vol.23 (1).
- Wei, Carolyn (2004): "Formations of norms in a blog community" i *Into the blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs.* Tilgjengelig fra: <http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/> [23.09.08]
- Wikipedia (2009): "Lurker". Tilgjengelig fra: <http://en.wikipedia.org/wiki/Lurker> [08.05.09]
- Zhao, Shanyang, Sherri Grasmuck og Jason Martin (2008): "Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships" s.1816-1836 i *Computers in Human Behaviour* vol.24.
- Østbye, Helge, Knut Helland, Karl Knapskog og Leif Ove Larsen (2002): *Metodebok for mediefag.* 2.utgave. Fagbokforlaget: Bergen.

Artikler der sidetall ikke er oppgitt er elektroniske kilder. I de tilfellene der det henvises til spesifikke sider, er disse basert på papirutskrifter.

Nettsteder og ressursider (Alle lenker er testet og funnet aktive 03.05.09)

Blogg.no: <http://blogg.no/>

Blogger: <https://www.blogger.com/start>

Bloggtoppen: <http://www.bloggtoppen.se/kategori/alla/>

Blogglisten.no: <http://blogglisten.no/>

Bloglovin.com: <http://www.bloglovin.com/welcome.php>

Blondinbella: <http://blondinbella.se/>

Inter Media: <http://www.intermedia.uio.no/old/projects/research-projects-1/ndiatize>

NSD: http://www.nsd.uib.no/personvern/forsk_stud/meldeplikt.html

Twingly: <http://www.twingly.com/top100?lang=no>

Vedlegg 1- Presentasjon av informantene

Martin, 16 år, har blogget siden sommeren 2007, og blogger under eget navn. Martin oppdaterer bloggen mellom én og tre ganger i uka. Bloggpostene hans handler stort sett om hans egen tanker og refleksjoner rundt livet og hverdagen. Han poster bilder i stort sett hver post, av seg selv eller venner.

Petter, 23 år, har blogget siden sommeren 2006. Petter blogger også under eget navn, og oppdaterer bloggen nesten hver dag. Også Petters bloggposter dreier seg rundt hans egen hverdag og opplevelser, men også om mote, shopping og produktanbefalinger. De fleste bloggpostene er akkompagnert av bilder, gjerne av Petter selv eller vennene hans.

Lars, 18 år, har blogget siden desember 2006. Også han blogger under eget navn. Lars oppdaterer bloggen minst én gang om dagen, ofte opptil flere. Postene hans dreier seg, som hos de andre, eget liv og opplevelser, men også produktomtale og –anbefalinger dukker opp med jevne mellomrom. Lars illustrerer også de fleste bloggpostene med bilder av seg selv eller andre han har møtt i løpet av dagen.

Siri, 18 år, har blogget siden mai 2007, og blogger under eget navn. Bloggen til Siri oppdateres cirka tre ganger i uka. Siris blogg er en ren moteblogg, der hun skriver om mote og design, nye innkjøp, shoppingønsker og inspirasjon. Alle Siris bloggposter akkompagneres av bilder.

Benedicte, 24 år, har blogget siden august 2005. Hun blogger under eget navn, og oppdaterer bloggen minst én gang om dagen. Benedicte skriver om seg selv og egne tanker og opplevelser, samt om musikk, mote, design og inspirasjon. Alle poster er illustrert med bilder.

Linda, 26 år, har blogget siden sommeren 2006, og blogger under pseudonym. Bloggen hennes oppdateres stort sett hver dag. Også Lindas blogg er en ren moteblogg, der Linda skriver om mote med en personlig vri. Hun poster også bilder av egne antrekk og nye innkjøp. Alle poster inneholder bilder, først og fremst av klær og sko, modeller eller moteserier, men også av Linda selv. Dog aldri noen som viser Lindas ansikt.

Ingrid, 33 år, har blogget siden mai 2005. Også hun blogger under pseudonym. Ingrids blogg oppdateres også minst én gang daglig, og bloggpostene handler mye om inspirasjon og fine ting. Ingrids blogg er også full av hverdagstips, musikk og litteratur. Stort sett alle bloggpostene illustreres av bilder, gjerne også av steder Ingrid har vært. I Ingrids blogg er det derimot få bilder av henne selv, og ingen som viser ansiktet hennes.

Vedlegg 2- Intervjuguide

”OM SELVREPRESENTASJON I BLOGGER”

Navn (Evt. Bloggens navn):

Alder:

Tidsbruk, nettvaner og teknologi

Her vil jeg gjerne vite noe om omtrent hvor mye tid du bruker på internett i løpet av en dag. Hva bruker du tiden til etc.

- 1) Omtrent hvor mye tid bruker du på følgende aktiviteter i løpet av en vanlig dag? (Sett X for det som passer)

Sosiale nettverkstjenester som Facebook, MySpace, Underskog etc

Mindre enn 1 time 1-3 timer Mer enn 3 timer

Lese andres blogger

Mindre enn 1 time 1-3 timer Mer enn 3 timer

Dele innhold på YouTube, Flickr, Phiary etc

Mindre enn 1 time 1-3 timer Mer enn 3 timer

Oppdatere og vedlikeholde bloggen din

Mindre enn 1 time 1-3 timer Mer enn 3 timer

Annet (Skriv gjerne hva du gjør)

Mindre enn 1 time 1-3 timer Mer enn 3 timer

- 2) Hvor lenge har du blogget?
3) Hadde du egen hjemmeside før du begynte å blogge? (Sett X)
Ja
Nei

- 4) Omtrent hvor mange unike brukere har du hver dag?
5) Hvilken blogg tjener (Blogger/ Wordpress etc) bruker du?
6) Hvorfor?
7) Hvor fornøyd er du med muligheten til å laste opp bilder, endre layout og design, samt mulighet til å lenke med bloggrollen?

Bloggens funksjon

Her vil jeg gjerne vite noe om hva du blogger om, hvor lenge du har blogget, hvorfor du startet bloggen, hvordan bloggen ser ut, hva den betyr for deg, hva som motiverer deg til å blogge, hvorfor du blogger etc. Det er viktig at du bruker dine egne ord og forteller om dine egne erfaringer og opplevelser.

- 8) Fortell litt om bloggen din.
9) Fortell kort om hvor du henter inspirasjon til blogginnlegg fra.
10) Hva synes du kjennetegner en god blogg?
(Tenk på innhold, bilder/ tekst, layout, oppdateringer, hvor personlige de er etc)

- 11) Hva syns du kjennetegner en dårlig blogg?
- 12) Hva syns du kjennetegner en god blogger?
(Tenk på oppdateringer, hvor personlige de er etc)
- 13) Hva syns du kjennetegner en dårlig blogger?
- 14) Tjener du penger på bloggen din?
(Annonsering, sponning etc)
Nei
Hvorfor ikke?
Ja
Hvordan?
Hvor mye?
- 15) Fortell litt om hva du ønsker å oppnå med bloggen din.

Forholdet mellom bloggere og lesere

Her vil jeg gjerne vite noe om forholdet du har til leserne dine. Har du fått nye venner gjennom bloggingen, har du kommet i kontakt med nye miljøer gjennom bloggen etc. Jeg vil også vite noe om hvem du ser for det at det er som leser bloggen din, og om du føler at leserne dine har forventninger til deg. Bruk dine egne ord og fortell om dine egne erfaringer og opplevelser.

- 16) Fortell om hvilke positive erfaringer og opplevelser som har kommet ut av bloggingen din.
- 17) Fortell om hvilke negative konsekvenser og opplevelser som har kommet ut av bloggingen din.
- 18) Etter din mening, hvor viktig er det at noen leser og kommenterer på det du har skrevet?
- 19) Fortell litt om hvilke forventninger du tror leserne har til deg og bloggen din?
- 20) Tenker du over hvem som leser bloggen din før du poster et innlegg?
- 21) Har bloggingen ført til at du har fått nye venner?
- 22) Har bloggingen ført til at du har fått noen uvenner?
- 23) Hvilket inntrykk tror du vennene dine får av deg gjennom å lese bloggen din?
- 24) Hvilket inntrykk tror du leserne dine får av deg gjennom bloggen din?
- 25) Hvor viktig er det for deg at *det* inntrykket stemmer overens med virkeligheten?
- 26) Fortell litt om hvorvidt du føler at du har påvirkningskraft på samfunnet, enkeltpersoner etc, gjennom bloggen.

Selvrepresentasjon

Her lurer jeg på om du ser på bloggen som en forlengelse av den du er i "virkeligheten", eller om du bruker bloggen som et sted du kan lufte andre sider ved deg selv. Jeg lurer også på hvilket inntrykk du vil at leserne dine skal få av deg, og hva du tenker om at så mange ukjente vet mye om privatlivet ditt. Bruk egne ord og fortell om dine egne erfaringer og opplevelser.

- 27) Hvor personlig synes du det er greit å være i bloggen?
- 28) Hvor viktig er det for deg "å være deg selv" i bloggen?
- 29) Har bloggen gjort deg mer bevisst på hvem du er?
- 30) Fortell litt om hvilket bilde du *ønsker* at leserne dine skal få av deg.
- 31) Hvor enig er du i følgende påstander? (Sett X)
"Jeg føler at bloggen min gir et godt og riktig bilde av hvem jeg er."
Uenig

Litt enig
Usikker
Har ikke tenkt over det
Helt enig

32) Hvor viktig er bloggens utseende (layout og design etc) for å gi leserne dine et riktig inntrykk av hvem du er? (Sett X)

Veldig viktig
Viktig
Ikke så viktig
Uviktig

33) Tilleggs kommentarer

Vedlegg 3- Kvittering på melding fra NSD



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

Birgit Hertzberg Kaare
Institutt for medier og kommunikasjon
Universitetet i Oslo
Postboks 1093 Blindern
0317 OSLO

Vår dato: 16.06.2008

Vår ref :19090 / 2 / KS Deres dato:

Deres ref:

KVITTERING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 21.04.2008. All nødvendig informasjon om prosjektet forelå i sin helhet 06.06.2008. Meldingen gjelder prosjektet:

19090	<i>Mediert selvrepresentasjon - En analyse av bloggen som utstillingsvindu for selvet</i>
Behandlingsansvarlig	Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Birgit Hertzberg Kaare
Student	Karoline Tømte

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

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

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

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://www.nsd.uib.no/personvern/prosjektoversikt.jsp>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 31.08.2009, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen


Bjørn Henrichsen


Katrine Utaaker Segadal

Kontaktperson: Katrine Utaaker Segadal tlf: 55 58 35 42

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Karoline Tømte, Lilleborggata 2, 0480 OSLO



Personvernombudet finner at behandlingen av personopplysninger om bloggere som deltar i intervju kan hjemles i personopplysningsloven § 8 1. ledd (samtykke).

Personvernombudet finner at personopplysninger om bloggere som ikke deltar i intervju kan behandles med hjemmel i personopplysningsloven § 8 d). Disse bloggerne gis informasjon om prosjektet og gis mulighet til å reservere seg dersom de ønsker det. Det innhentes i utgangspunktet ikke et aktivt samtykke, og personvernombudet anbefaler derfor at man ikke benytter begrepet "informert samtykke" i informasjonsskrivet. Dersom det er aktuelt å publisere personopplysninger fra bloggene i oppgaven, anbefales det at man innhenter samtykke fra bloggerne. Så fremt det ikke innhentes samtykke fra disse personene, legger ombudet til grunn at man kun publiserer anonymiserte opplysninger fra bloggene som observeres.

Personvernombudet anbefaler at man følger Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora sine forskningsetiske retningslinjer for internettforskning (se: <http://www.etikkom.no/retningslinjer/internett>).

Prosjektslutt er angitt til 31.08.2009. Senest ved prosjektslutt vil datamaterialet være anonymisert, det vil si at verken direkte eller indirekte personidentifiserende opplysninger lenger foreligger i materialet. Lydopptakene og koblingsnøkkelen slettes. Indirekte personidentifiserende opplysninger i det øvrige materialet slettes eller grovkategoriseres på en slik måte at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes.