

Min kompis Kenza och jag

En studie av enkelriktade relationer på bloggar

LOUISE HEURLIN
och MIKAELA WAHLSTEDT



**KTH Datavetenskap
och kommunikation**

Min kompis Kenza och jag

En studie av enkelriktade relationer på bloggar

LOUISE HEURLIN
och MIKAELA WAHLSTEDT

DM129X, Examensarbete i medieteknik om 15 högskolepoäng
vid Programmet för medieteknik 300 högskolepoäng
Kungliga Tekniska Högskolan år 2013
Handledare på CSC var Daniel Pargman
Examinator Leif Dahlberg

URL: [www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2013/
heurlin_louise_OCH_wahlstedt_mikaela_K13017.pdf](http://www.csc.kth.se/utbildning/kandidatexjobb/medieteknik/2013/heurlin_louise_OCH_wahlstedt_mikaela_K13017.pdf)

Kungliga tekniska högskolan
Skolan för datavetenskap och kommunikation

KTH CSC
100 44 Stockholm

URL: www.kth.se/csc

Min kompis KENZA och jag

- En studie av enkelriktade relationer på bloggar

Sammanfattning

En parasocial relation är en enkelriktad relation mellan två individer, där den ena upplever sig ha en verklig relation till den andra, utan att ha träffats fysiskt. I dagens sociala mediasamhälle har unga tjejer lätt att skapa denna typ av relation, bland annat på bloggar. Bloggvärlden domineras av unga tjejer, både när det gäller att skriva bloggar och läsa bloggar. Vår studie undersöker därför hur dessa enkelriktade relationer tar sig uttryck på bloggar som läses av tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år.

För att besvara uppsatsens problemformulering; *Hur tar sig en parasocial relation uttryck på en blogg, i dagens sociala mediasamhälle? Hur ser läsarens enkelriktade relation ut till en livsstilsbloggerska?* har vi behandlat teori kring ämnesområdet, genomfört en fokusgrupp, delat ut en enkät samt analyserat kommentarsfält i bloggar.

Utifrån studiens resultat kunde vi dela in de bloggläsande tjejerna i två olika block; de som uppger sig ha en vänskaplig relation till bloggerskan och de som har en idoliserad relation henne. Gemensamt för dessa två block är de förutsättningar som krävs för att en parasocial relation ska kunna uppstå på bloggen; regelbundenhet i tjejernas bloggläsande samt i bloggerskans uppdateringar, inspirerande innehåll och ett personligt tilltal i bloggen. Parasociala relationer tar sig med fördel uttryck i kommentarsfält i bloggar, då tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år ser chansen att pröva sin identitet på Internet på sätt de inte vågar i verkliga livet.

My friend Kenza and I

- A study about one-way relationships on blogs

Abstract

A para-social relationship is a one-way relationship between two individuals, one of which feels they have a real relationship with the other, without having met physically. In today's social media, young girls easily create this type of relationship, for example through blogs. The blogosphere is dominated by young girls, both when it comes to writing blogs and reading blogs. Our study investigates how these one-way relationships are shown on blogs that are read by girls between the ages of 13 and 16 years.

This thesis is centered around two questions; *How is a para-social relationship shown on a blog, in today's social media? How is the readers one-way relationship shown to a female blogger?* To answer these questions we have analyzed the theory of the subject, employed a focus group, distributed a questionnaire and analyzed the comment field of blogs.

Based on our results of the study, we could divide the blog-reading girls in two different groups; those who claim to have a friendly relationship with the blogger and those who have an idolized relationship with her. Common to these two groups are the necessary conditions for a para-social relationship to emerge on the blog; regularity in the girls' blog reading and the bloggers' updates, inspirational content and a personal appeal to the blog. Para-social relations are mainly expressed in the comment field of blogs, since 13 to 16 year old girls, see the chance to test their identity on the Internet in ways they do not dare in real life.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
1.1 BAKGRUND.....	1
1.2 SYFTE OCH MÅLSÄTTNING	1
1.3 PROBLEMFÖRMULERING	2
1.4 AVGRÄNSNINGAR.....	2
2. BAKGRUND OCH TEORI.....	3
2.1 SOCIALA MEDIER OCH WEBB 2.0	3
2.2 BLOGG	3
2.3 BLOGGERSKAN I SVERIGE OCH HENNES LÄSARE	4
2.4 SOCIOMENTALA BAND	4
2.5 PARASOCIALA RELATIONER	5
3. METOD	6
3.1 LITTERATURSTUDIE	6
3.2 FOKUSGRUPP	6
3.3 ENKÄTUNDERSÖKNING.....	7
3.4 ANALYS AV KOMMENTARSFÄLT I BLOGGAR	8
4. RESULTAT.....	10
4.1 FOKUSGRUPP	10
4.2.1 Enkät svar.....	11
4.2.2 Enkät svar fördelat på de tre olika svarsgrupperna	13
4.3 ANALYS AV KOMMENTARSFÄLT I BLOGGAR	14
4.3.1 Fokis.se	15
4.3.2 Kenzas.se	15
4.3.3 Zarish.blogg.se	16
5. DISKUSSION	17
5.1 DISKUSSION KRING UNDERFRÅGOR.....	17
5.1.1 Vilka förutsättningar krävs för att parasociala relationer ska uppstå på en blogg?	17
5.1.2 Vilken relation upplever sig blogggläsande tjejer mellan 13 och 16 år ha till bloggerskan? ...	19
5.1.3 Vad indikerar att parasociala relationer existerar i kommentarsfält i bloggar och hur tar relationen uttryck?	20
5.2 METODKRITIK	21
5.2.1 Fokusgrupp	21
5.2.2 Enkätundersökning	22
5.2.3 Analys av kommentarsfält i bloggar.....	23
5.3 ÖVRIGT	23
6. SLUTSATS.....	25
7. REFERENSER.....	26
8. BILAGOR.....	28

1. Inledning

I det här kapitlet presenteras idé och bakgrund, syftet med undersökningen och de avgränsningar som kommer att göras.

1.1 Bakgrund

En parasocial relation definieras som en enkelriktad relation som har blivit massmedierad, ofta genom radio, tv eller film (Horton & Wohl, 1956). Individen känner att den har en speciell relation till en offentlig person, utan att ens ha träffat personen i fråga.

Internet och sociala medier utgör ett totalt socialt fenomen i vårt samhälle och spelar en betydande roll för hur parasociala relationer uppstår. De ständigt närvarande sociala medierna gör det idag möjligt att följa mediepersoner mycket mer intensivt än tidigare genom exempelvis bloggar. Ungdomar kan därför komma nära en medieperson, utan fysisk kontakt, och utifrån denna närvaro skapa en ideal bild av denne. I bilden som ungdomarna skapar av mediepersonen är han eller hon helt accepterad och därmed finns inte risken att bli avvisad och känna sig oviktig. I brist på verklig kontakt med mediepersonen skapas en parasocial relation som bidrar till en känsla av positiv social kontakt hos ungdomen. (Bartholomew & Horowitz, 1991)

När ungdomar, och då främst tjejer, skapar sin identitet i tonåren kan parasociala relationer vara särskilt lockande. Internet öppnar upp nya världar med tillgång till mängder av andra människor som liknar eller skiljer sig från den egna individen, vilket leder till en form av identitetsskapande på Internet. Med datorn som sällskap och bloggen som kommunikationsmedel ställs inga krav på ungdomarna att vara eller bete sig på ett visst sätt (Tuckle, 1997). Tidigare forskning visar på att tjejer har mer engagerade parasociala relationer med mediepersoner än vad killar har (Cohen 1997) och tjejer är dessutom mer benägna att välja mediepersoner som förebilder att efterlikna än killar (Giles, 2002).

1.2 Syfte och målsättning

Syftet med studien är att undersöka karaktären av parasociala relationer hos unga tjejer i åldrarna 13 till 16 år som läser bloggar. Vi har valt att titta enbart på tjejer då mer än 80 procent av tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år läser bloggar dagligen (Findahl, 2012).

Vi vill utifrån Horton och Wohls definition av en parasocial relation, medierad av massmedier, titta på hur denna typ av relation tar sig uttryck idag när den istället uppkommer genom sociala medier. Fokus ligger inte på att jämföra förr med nu, utan snarare på att titta på hur parasociala relationer tar sig uttryck på bloggar idag.

För att undersöka detta utförde vi en fokusgrupp med bloggläsare, delade ut en enkät samt analyserade kommentarsfält i utvalda bloggar.

Vår målsättning är att kunna säga något i allmänhet om läsarens enkelriktade relation till en livsstilsbloggerska, för att sedan utifrån detta kunna dra mer generella slutsatser om parasociala relationer i de sociala mediernas tidsålder.

1.3 Problemformulering

Hur tar sig en parasocial relation uttryck på en blogg, i dagens sociala mediasamhälle? Hur ser läsarens enkelriktade relation ut till en livsstilsbloggerska?

För att svara på detta ställer vi följande underfrågor;

- *Vilka förutsättningar krävs för att parasociala relationer ska uppstå på en blogg?*
- *Vilken relation upplever sig blogggläsande tjejer mellan 13 och 16 år ha till bloggerskan?*
- *Vad indikerar att parasociala relationer existerar i kommentarsfält i bloggar och hur tar relationen uttryck?*

1.4 Avgränsningar

Vi har valt att begränsa vår undersökning till kända livsstilsbloggerskor och deras läsare i Stockholm. Att begränsa området till Stockholm passar bra av praktiska skäl och vår målsättning är att dra slutsatser lokalt och inte i hela landet. Enligt Findahl (2012) är inte killar lika aktiva när det gäller att läsa och skriva bloggar som tjejer. Vi har därför valt att undersöka hur parasociala relationer tar uttryck på livsstilsbloggar som skrivs av tjejer, hos de tjejer som läser dessa bloggar. De läsare vi vill titta närmare på är tjejer i högstadiet, mellan 13 och 16 år gamla, då denna urvalsgrupp dominerar bloggvärlden i Sverige (se 2.3 Bloggerskan i Sverige och hennes läsare).

2. Bakgrund och teori

I detta kapitel presenteras den bakgrund och de begrepp som har behandlats i en förberedande litteraturstudie. Inledningsvis förklarar vi begreppen sociala medier och Webb 2.0. Sedan redogörs för betydelsen av begreppen; blogg, bloggerskan i Sverige och hennes läsare, sociomentala band och parasociala relationer, som är viktiga för en större förståelse för studien.

2.1 Sociala medier och Webb 2.0

Sociala medier är ett samlingsnamn på de kommunikationskanaler som tillåter användare att kommunicera med varandra genom exempelvis text, bild eller ljud (ne.se). Dessa betecknas av de webbaserade aktiviteter som kombinerar teknologi, social interaktion och innehåll genererat av användarna (wikipedia.org). Webben är en tillämpning av Internet som gjort det användarvänligt (Castells, 2002). Idag talas det om begreppet Webb 2.0 som den nya generationen webbtjänster vilka har en stark koppling till användarna som skapare av innehåll för andra att delta i (Jenkins, 2006).

Internet och sociala medier gör det idag möjligt att bedriva en rad olika mångfacetterade aktiviteter på nätet, såsom socialt umgänge, nyhetsförmedling, marknadsföring, organisering, kulturutbyte och underhållning. Vidare finns det olika typer av sociala medier där man kan utöva dessa aktiviteter på. Bloggar, Internetforum, chattprogram, IP-telefoni, webbaserade fotodagböcker och videodelningssidor tillhör några av de vanligaste sociala medierna i Sverige. (ne.se)

2.2 Blogg

En blogg är en personlig dagbok på webben där personer som är intresserade av ett visst ämne publicerar inlägg om personliga iakttagelser och egna åsikter. Bloggen kan antingen vara öppen för alla eller lösenordskyddad. Från bloggen är det möjligt att länka sitt egna inlägg till relaterade artiklar, webbsidor och andra bloggar, samt att publicera foton eller videoklipp. (ne.se)

Bloggar delas ofta in i olika kategorier baserat på vilket ämne inläggen handlar om; mode, matlagning, teknik, träning, politik och så vidare. Den vanligaste kategorin är den så kallade privata bloggen, där bloggaren typiskt publicerar inlägg som liknar dagboksanteckningar från det egna vardagslivet (skolverket.se). Denna typ av blogg väljer vi att kalla för livsstilsblogg i uppsatsen.

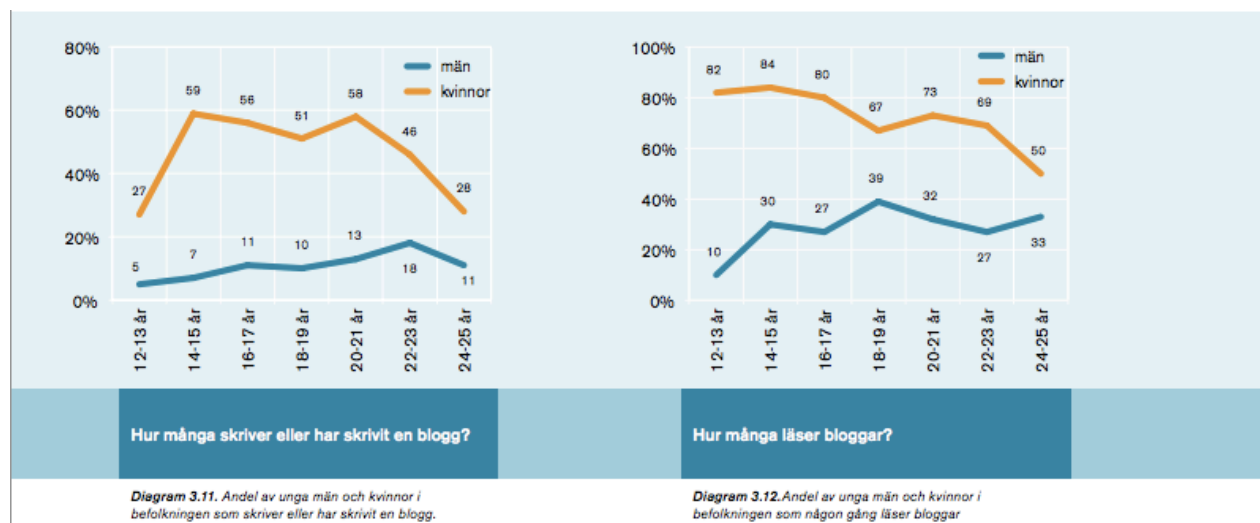
Ett blogginlägg publiceras med en datumangivelse och läsaren kan dagligen lämna kommentarer kopplade till bloggans innehåll. En kommentar publiceras antingen direkt i bloggen eller är modererade vilket kräver att administratören godkänner kommentaren innan den publiceras. I förhållande till andra publikationsformer kännetecknas bloggen som kommunikationskanal av det personliga och lediga tilltalet. (skolverket.se)

Det finns idag många avgiftsfria bloggverktyg i form av publiceringssystem som snabbt och enkelt gör det möjligt att registrera en ny användare och skapa en blogg för att börja

publicera inlägg. Spridningen av alla dessa gratis bloggverktyg är en viktig faktor som bidrog till att bloggarnas popularitet ökade kraftigt vid slutet av 1990-talet (wikipedia.org). Idag räknas bloggen som ett socialt medium då de aktiviteter som bedrivs på en blogg tillåter användare att kommunicera med varandra i hög utsträckning (skolverket.se).

2.3 Bloggerskan i Sverige och hennes läsare

Bloggvärlden i Sverige domineras av unga bloggerskor och fler än hälften av alla tjejer i landet mellan 14 och 21 år har eller har någon gång haft en blogg. Svenska bloggerskors stora målgrupp är unga tjejer mellan 13 och 16 år, där över 80 % läser bloggar dagligen (se Figur 1). (Findahl, 2012)



Figur 1: Svenskarna och Internet 2012 (Findahl, 2012)

För att ranka de mest populära bloggarna räknar bloggplattformarna antalet unika besökare på bloggarna. Begreppet unik besökare svarar mot det antal klick bloggen har fått under en viss tidsperiod. En besökare är bara unik en gång under denna tid. (webbstatistiksystem.se). Sveriges största blogg drivs av Kenza Zouiten. Hon har cirka 160 000 unika besökare om dagen (kenzas.se) vilket motsvarar ungefär 1,2 miljoner unika besökare i veckan.

2.4 Sociomentala band

Teorin kring begreppet sociomentala band (Chayko, 2002) handlar om hur människor skapar relationer till varandra utan fysiska möten där Internet har gjort det möjligt för människor att umgås och skaffa vänner på nya sätt. Dagens teknik bidrar till att minska avstånd både i tid och i rum, vilket medför att vi idag lättare kan känna samhörighet med en person utan att ha träffats fysiskt. Enligt Chaykos teori kring sociomentala band finns det tre faktorer som krävs för att dessa typer av relationer ska kunna uppstå och upprätthållas; tekniska kommunikationsmedel, individer som är likasinnade nog för att skapa kontakt samt ett utrymme för kommunikation.

Datorn och Internet är de tekniska kommunikationsmedel som möjliggör dessa sociomentala band, där bloggen kan ses som det sociala medium som skapar utrymme för kommunikation mellan likasinnade individer (Chayko, 2002). Då samspelet mellan bloggerskan och hennes läsare i bloggen ofta är av personlig karaktär (Strandberg, 2012) kan detta samspel bidra till att likasinnade individer skapar kontakt med varandra, det vill säga kontakt mellan bloggerskan och läsaren. Bloggen som plattform och utrymme för kommunikation gör det enkelt för en bloggerska att dela med sig av personliga erfarenheter, kunskap, känslor och tankar till sina läsare. Samtidigt är det lätt för en läsare att kommunicera till bloggerskan genom att skriva i kommentarsfältet.

I en sociomental relation är det sinnen, tankar och känslor som utgör utgångspunkten för interaktion och inte det fysiska mötet (Chayko, 2002). Den dagboksliknande formen på bloggen där bloggerskan kan dela med sig av sin personliga sfär gör det lätt för läsare i samma ålder att känna igen sig och identifiera sig med henne. Ur detta uppstår en relation mellan läsaren och bloggerskan där den senares roll kan liknas med en rådgivare eller säljare. Genom att bloggerskan ger råd, rekommendationer och trendrapporter till sina läsare om sådant som är populärt i deras ålder och kön, kan hon ses både som en bättre vetande person men också som en nära vän. (Strandberg, 2012)

2.5 Parasociala relationer

Internet och sociala medier är idag ständigt närvarande vilket gör det möjligt att följa mediepersoner intensivt via exempelvis bloggar. Detta totala sociala fenomen, som Internet och sociala medier är, spelar en betydande roll för hur dessa parasociala relationer uppstår.

När ungdomar skapar sin identitet i tonåren kan parasociala relationer vara särskilt lockande. Internet öppnar upp nya världar med tillgång till mängder av andra ungdomar som liknar eller skiljer sig från den egna individen, vilket leder till en ny form av identitetsskapande på Internet. Datorn som sällskap och bloggen som kommunikationsmedel ställer inga krav på ungdomarna att vara och bete sig på ett visst sätt, samtidigt som de via möten och samtal på bloggar blir medvetna om sin egen identitet. Virtuella interaktioner med andra har en direkt påverkan på individens personliga identitet, precis som möten och samtal i verkliga livet. På Internet tar människor sin chans att pröva sin identitet i sammanhang de inte skulle våga i det verkliga livet. Detta tillsammans med att människor inte placeras i fack på samma sätt som i verkliga livet, är viktiga orsaker till varför Internet är en populär plats för ungdomar att umgås på. (Tuckle, 1997)

Ungdomar kan idag komma nära en känd medieperson via sociala medier och utifrån denna närhet skapa en ideal bild av mediepersonen där de själva blir helt accepterade. I brist på verklig kontakt med mediepersonen skapas en parasocial relation där risken att bli avvisad och därmed känna sig oviktig inte finns. Genom den parasociala relationen upplever då ungdomar en känsla av positiv social kontakt till den kända mediepersonen. (Bartholomew & Horowitz, 1991). En parasocial relation med en medieperson baseras på den täta och ihållande kontakten och har ett direkt samband med tiden mediepersonen spenderar i rampljuset (Altman & Taylor, 1973).

3. Metod

I detta kapitel presenteras uppsatsens undersökningsmetoder; litteraturstudie, fokusgrupp, enkätundersökning samt analys av kommentarsfält i bloggar. Vi beskriver valda metoder med motivering till metodval utifrån material, problemformulering, tid och övriga resurser.

3.1 Litteraturstudie

Teorier, fakta och antaganden som presenteras i uppsatsen bygger på den litteraturstudie som genomförts i ett tidigt skede av undersökningen. Valet av denna metod gjordes för att skapa en stor referensbas inom ämnesområdet och på så vis öka det kommande arbetets validitet.

Litteratur har sökts genom olika referensdatabaser såsom Google Scholar och KTHB Primo där sökmetoderna har varierats. Bland annat har vi sökt genom olika termer inom ämnesområdet, letat i referenslistan hos den litteratur vi hittat, samt sökt vidare i specifika journaler vid särskilt intresse. Viss litteratur som ej varit tillgänglig på Internet har istället sökts på olika bibliotek i Stockholm.

Exempel på sökbegrepp som använts under litteratursökningen är "parasociala relationer", "bloggar", "bloggare", "bloggerskor", "parasocial interaktion", "enkelriktad relation". Sökfrågorna har varierats med synonymer till dessa begrepp, engelska/svenska, samt kombinerats på olika sätt för att skapa unika sökfrågor.

3.2 Fokusgrupp

Fokusgrupp som undersökningsmetod valdes eftersom det är en effektiv teknik för att få fram kvalitativ data från flera personer samtidigt. Det är en flexibel metod där en öppen diskussion leds av en undersökande moderator. Deltagarna i fokusgrupper brukar dessutom ha lätt att kommentera med egna ord i gruppen. (Cohen, Manion & Morrison, 2000)

För att undvika att deltagarna håller med i varandras åsikter valde vi en så kallad homogen grupp där alla deltagare kände varandra sedan tidigare och hade liknande bakgrund och intressen. Att deltagarna känner varandra bra anses vara fördelaktigt, då de ofta känner sig säkra med varandra och därför vågar låta tankar och åsikter komma fram (Cohen, Manion & Morrison, 2000). Det finns dock alltid en risk att deltagarna hakar på varandra i sina svar, vilket vi var lyhörda för under genomförandet av fokusgruppen.

Fokusgruppen genomfördes med nio tjejer mellan 13 och 16 år i syfte att få en allmän uppfattning om deras bloggläsande. De frågor som ställdes (se Bilaga 2) besvarades av tjejerna i en öppen diskussion. Insamlad data från fokusgruppen analyserades och användes för att skapa en enkät samt för att öka förståelsen för vad vi skulle titta efter i vår analys av kommentarsfält i bloggar.

Vi såg till att vara väl förberedda inför fokusgruppen för att garantera att alla frågor hann besvaras av deltagarna. En av oss lyssnade och antecknade, medan den andra var moderator och ledde den öppna diskussionen framåt. Diskussionen i fokusgruppen spelades in med hjälp av röstmemon i en iPhone.

3.3 Enkätundersökning

Metoden att skicka ut en enkät valdes för att samla in mer kvantitativ data från en större del av vår urvalsgrupp utan att vara tidskrävande för de responderande. Syftet med enkäten var att samla in information om vilken relation en större del av vår urvalsgrupp upplever sig ha till sin favoritbloggerska. Viktigt var att enkäten var enkel att förstå och lätt att fylla i för tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år. Vi fokuserade mycket på att formulera frågorna på ett sätt så att vi verkligen fick ut data vi var ute efter, utan risk för missförstånd hos de som besvarade enkäten.

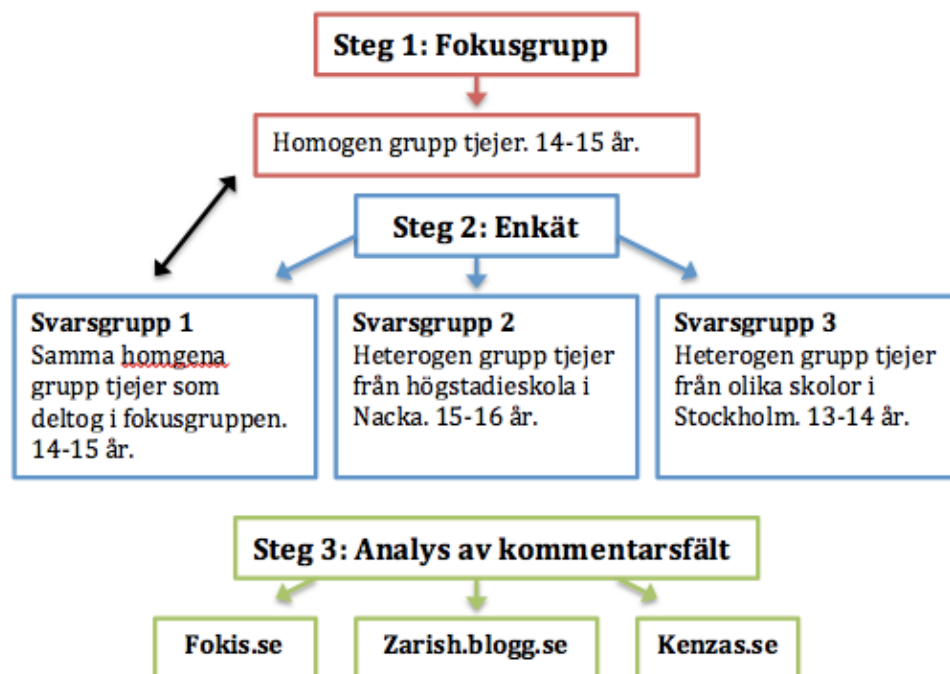
Enkäten skickades ut via Facebook till ett trettiotal tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år. Denna urvalsgrupp nådde vi ut till genom att sprida enkäten via ett slutet meddelande till tjejer vi visste var i rätt åldersgrupp. Vi delade även länken till den webbaserade enkäten i en sluten Facebook-grupp med gymnaster i rätt åldersgrupp (se Figur 2, sida 8).

Enkäten bestod av nio frågor (se Bilaga 1). En första fråga ställdes för att kontrollera respondentens ålder. En andra fråga ställdes för att verifiera om respondenten över huvud taget läser bloggar. Resterande sju frågor behandlade respondentens erfarenhet av bloggläsande och attityd mot bloggerskor. Majoriteten av enkätfrågorna var slutna med svarsalternativ för respondenten att fylla i. Under varje fråga fanns möjlighet att besvara frågan i fri text, för att få fram mer kvalitativ data från enkäten. En fråga var helt öppen med möjlighet för den responderande att skriva fritt om vem som är hennes favoritbloggerska och varför.

Sammanfattningsvis delades enkäten ut till tre olika svarsgrupper (se Figur 2, sida 8). Den första svarsgruppen bestod av nio tjejer, där sex stycken deltog i fokusgruppen och tre ytterligare tjejer tillkom. Denna svarsgrupp kategoriseras som en homogen grupp där alla tränar på elitnivå 6 till 12 timmar i veckan. Anledningen till att vi valde att skicka ut enkäten till samma grupp tjejer som deltog i fokusgruppen var för att verifiera om svaren stämde överens med de svar vi fick under den öppna diskussionen i fokusgruppen.

Den andra svarsgruppen som tog emot och besvarade enkäten bestod av tjejer som går i en högstadieskola i Nacka och som vi inte träffat innan. Den tredje svarsgruppen som besvarade enkäten var en grupp tjejer i åldrarna 13 och 14 år från olika skolor i Stockholm som vi fick tag på genom Facebook. Gemensamt för respondenterna i den andra och tredje svarsgruppen är att de har blandade intressen och därmed utgör en heterogen grupp.

Valet att använda oss av tre olika svarsgrupper gjordes för att få en bredare bild av hur verkligheten ser ut, då alla som svarade på enkäten tillsammans utgör en större heterogen grupp inom vår urvalsgrupp.



Figur 2: Flödesschema över metodgenomförandet.

3.4 Analys av kommentarsfält i bloggar

Vi tittade närmare på tre bloggerskors kommentarsfält och genomförde en kvalitativ textanalys av kommentarerna i respektive blogg. De tre bloggerskor vars bloggar vi valt att titta närmare på är KENZA Zouiten (kenzas.se), ZARA Larsson (zarish.blogg.se) och ANCHISA Soirak (fokis.se). De två förstnämnda valdes utifrån resultaten från enkätundersökningen som visade att de var mest populära hos respondenterna. Den tredje bloggen valde vi efter att ha undersökt de mest populära kända bloggerskornas kommentarsfält. Där fann vi fokis.se mest intressant eftersom vi i högre utsträckning kunde urskilja tecken på att parasociala relationer förekommer bland hennes läsare än hos de två övriga bloggerskorna.

Tecken på parasociala relationer i bloggen bedömdes vara då läsaren sökte en dialog med bloggerskan, exempelvis att läsaren ställde frågor som rör bloggerskans privata liv eller de fall då läsaren tycktes vilja berätta om sig själv på ett högst personligt plan, om sådant man endast berättar för en person som står en nära.

Bloggen kenzas.se skrivs av KENZA Zouiten som är 22 år gammal och har cirka 1,2 miljoner läsare i veckan, vilket gör hennes blogg till den största i Sverige. Bloggen handlar om mode och hennes vardag. Bloggen fokis.se skrivs av ANCHISA Soirak som är 21 år gammal och har 200 000 läsare i veckan. Foki, som hon också kallas, skriver om sin vardag, resor, kläder och prylar. Bloggen zarish.blogg.se skrivs av ZARA Larsson som är 15 år gammal och har cirka 140 000 läsare i veckan. Zara bloggar om musik och hennes vardag i Stockholm. (bloggportalen.se)

Inledningsvis kartlade vi hur frekvent respektive bloggerska uppdaterade sina bloggar under en veckas tid, för att få en bild av aktiviteten på bloggarna. Detta ansågs relevant då parasocial interaktion med en medieperson baseras på den täta och ihållande uppkomsten av mediepersonen som en realistisk människa (Horton & Wohl, 1956). Djupa parasociala relationer har även ett direkt samband med tiden mediepersonen spenderar i rampljuset (Altman & Taylor, 1973).

Vi tittade även på hur bloggerskan tilltalar sina läsare i blogginläggen. Målet var att studera om bloggerskan talar till läsaren med personliga pronomen "du" eller mer kollektivt tilltalar läsaren som "ni". Detta ansågs relevant då ett personligt tilltal i bloggen bidrar till läsarens upplevelse av kontakt med bloggerskan, som i sin tur leder till läsarens upplevda samspel med bloggerskan (Strandberg, 2012).

Bloggerskans aktivitet i bloggen ställde vi sedan i relation till bloggens antal besökare, samt antal kommentarer läsarna lämnar per inlägg under en utvald veckas tid. Samtliga kommentarer som läsarna lämnat i kommentarsfälten i de tre bloggarna under den utvalda veckan lästes igenom medan vi sökte efter de tecken som enligt vår tolkning indikerar att parasociala relationer kan förekomma. Figur 3 visar exempel på vårt forskningsfält.



Figur 3: Urklipp från kommentarsfältet på Fokis.se som visar ett exempel på vårt forskningsfält.

4. Resultat

I detta kapitel presenteras de resultat som erhöles vid metodgenomförandet. Resultaten presenteras för respektive vald metod; fokusgrupp, enkätundersökning och analys av kommentarsfält i bloggar.

4.1 Fokusgrupp

I fokusgruppen deltog nio tjejer, där fem stycken var 15 år gamla och fyra var 14 år gamla. Denna fokusgrupp klassades som en homogen grupp då de deltagande kände varandra sedan tidigare och hade liknande bakgrund och intressen. De flesta tjejerna i fokusgruppen sa att de enbart läser sina kompisars bloggar och att det inte sker oftare än några gånger i veckan. En av tjejerna påpekade att *“vi har inte tid för något annat än att träna, äta, sova och plugga”*. De flesta tjejerna läser bloggar när de väl hinner, som tidsfördriv på bussen eller när de har tråkigt.

När de väl läser en blogg är det mest intressant att läsa bloggar av personer i samma ålder som de själva, exempelvis sina kompisars bloggar. Förklaringen till det är enligt tjejerna att de lättare kan känna igen sig och relatera till en person i sin egen ålder.

Resultatet av fokusgruppen var inte vad vi hade förväntat oss då deltagarna inte verkade spendera mycket tid på att läsa bloggar. Vår tolkning är att det fanns ett bristande intresse för ämnet hos deltagarna och därför uppkom inga engagerade diskussioner. Detta tillsammans med att samtliga deltagare av den homogena gruppen var nära vänner bidrog till att de dessutom svarade lika på alla frågor.

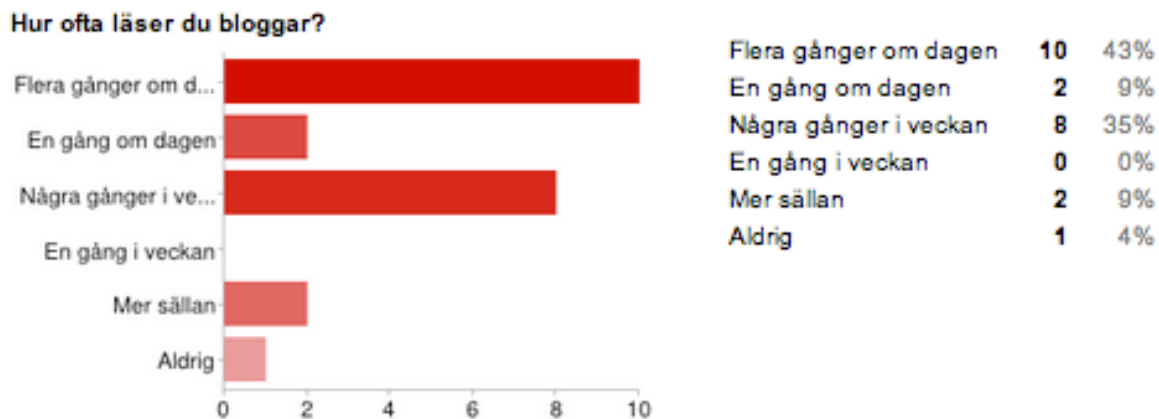
Att deltagarna i den homogena gruppen kände varandra bra var inte fördelaktigt för gruppens dynamik. Den förutsedda risken med att deltagarna skulle haka på varandra i sina svar besannades under fokusgruppen.

4.2 Enkätundersökning

Vi skickade ut en enkät (se Bilaga 1) via Facebook till ett trettiotal tjejer mellan 13 och 16 år för att samla in kvantitativ data från vår urvalsgrupp. Sammanlagt svarade 23 stycken tjejer i åldersgruppen på enkäten, där en svag majoritet på 12 tjejer var 15 år gamla.

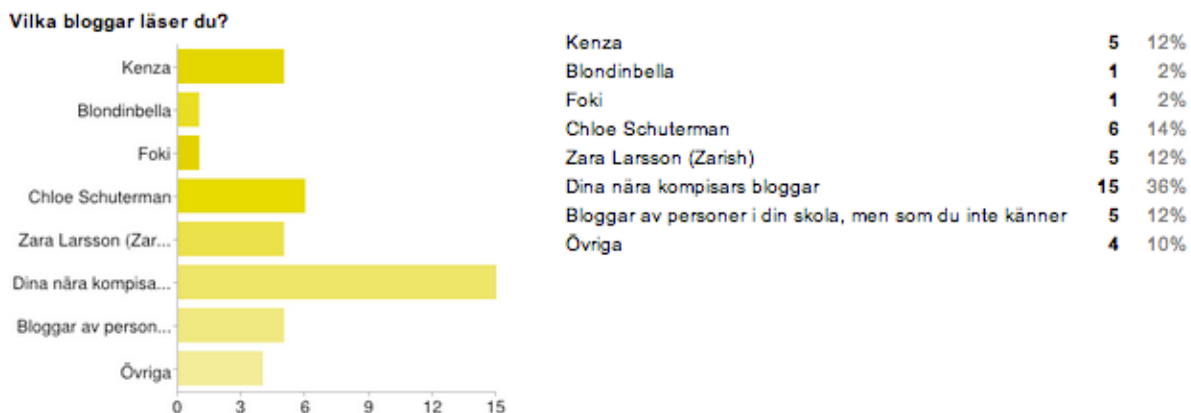
4.2.1 Enkät svar

Av de 23 tjejer som besvarade enkäten angav 20 att de läser bloggar i spannet flera gånger om dagen till några gånger i veckan, där hälften av dessa läser bloggar flera gånger dagligen. (Figur 4)



Figur 4: Svar på enkätfrågan "Hur ofta läser du bloggar?"

Spridningen över vilka bloggar tjejerna läser är relativt stor, men majoriteten på 15 av de 23 tillfrågade tjejerna läser främst sina nära kompisars bloggar. Utöver de bloggar vi hade med som svarsalternativ i enkäten (se Figur 5) dök dessa upp; nickys.se, hofh.se, paow.se, bbomans.blogg.se, charlotta.nu, egoinas.se, swab.blogg.se och andou.se. Gemensamt för dessa bloggar är att de kan alla kategoriseras som livsstilsbloggar.



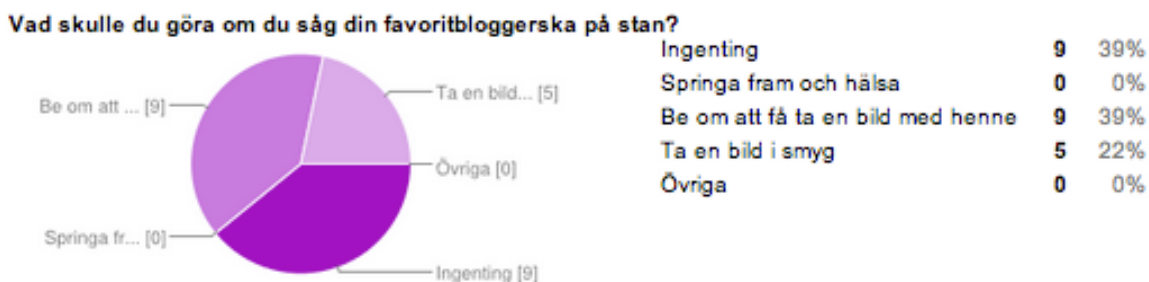
Figur 5: Svar på enkätfrågan "Vilka bloggar läser du?"

Hur respondenterna ser på bloggerskan och vem de väljer att likna henne med skiljer hos de tillfrågade. Fem personer ser bloggerskan som en kompis, tre som en nära kompis, två av tjejerna ser bloggerskan som en storasyster, fyra upplever att bloggerskan är en idol för dem och tre uppger att bloggerskan är en person som skulle kunna vara en själv. Av de sex personer som svarat under "övrigt" anger en att hon inte vet vem hon liknar bloggerskan med och en person svarar att hon inte liknar bloggerskan med någon. En av tjejerna säger att bloggerskan är en förebild, vilket kan liknas med vårt svarsalternativ "idol". Tre kvarstående respondenter uppger att bloggerskan är en inspirationskälla för dem. (Figur 6)



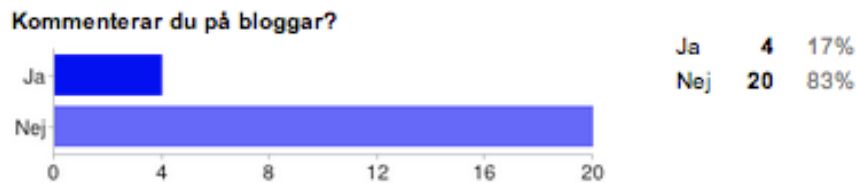
Figur 6: Svar på enkätfrågan "Vem skulle du likna bloggerskan med?"

Om de tillfrågade skulle se sin favoritbloggerska på stan så skulle 9 av de 23 tjejerna gå fram till bloggerskan och be om att få ta en bild. Nio skulle inte göra någonting, och fem skulle välja att ta en bild i smyg. (Figur 7)



Figur 7: Svar på enkätfrågan "Vad skulle du göra om du såg din favoritbloggerska på stan?"

Endast 4 av de 23 tillfrågade anger att de skriver kommentarer på bloggar, mot 20 som inte kommenterar. En av respondenterna har råkat fylla i både svarsalternativ "Ja" och "Nej", därav ser det ut som att 24 personer har besvarat enkäten trots att det bara är 23 respondenter. Som följdfråga till de som svarade "Ja" undrade vi *vad* de kommenterar på bloggar och fick svaren; "*Frågor till bloggerskan eller vid tävlingar*", "*frågor*", "*Frågor, eller typ 'vad fin du är!' eller något liknande!*" samt "*Något som berör en mycket.*" (Figur 8)



Figur 8: Svar på enkätfrågan "Kommenterar du på bloggar?"

På den öppna frågan där vi bad respondenten att skriva fritt om vem som är hennes favoritbloggerska samt varför erhöles dessa motiveringar som svar;

<i>"Jag älskar hennes outfits och perfekta liv",</i>
<i>"Hon har så sjukt snygg stil och man blir inspirerad"</i>
<i>"Hon har fina bilder och fin stil"</i>
<i>"Hon ger inspiration genom sina kläder"</i>
<i>"Hon lever mitt drömliv och det är jätteintressant att läsa om hennes liv"</i>
<i>"Hon är en jättefin tjej som har bra uppdatering, bra bilder, inlägg, mycket videos osv, mycket inspirerande!"</i>
<i>"Hon har fina bilder osv"</i>
<i>"Så sjukt rolig!"</i>

4.2.2 Enkät svar fördelat på de tre olika svarsgrupperna

Svarsgrupp 1

Den första gruppen som svarade på enkäten var till stor del samma grupp tjejer som deltog i fokusgruppen, men med tre nytillkomna. Resultaten från enkäten bekräftar att de är nära vänner och har liknande vanor då de svarade lika. Vi fick de svar vi hade förväntat oss och som motsvarade de svar vi fick under fokusgruppen. De svarade även i enkäten att de främst läser sina kompisars bloggar och inte oftare än några gånger i veckan.

Svarsgrupp 2

Den andra gruppen som tog emot och besvarade enkäten var en grupp tjejer som går i en högstadieskola i Nacka. Dessa tjejer fick vi tag på via en kontakt och vi hade inte träffat dem tidigare. Bland denna grupp fick vi helt andra resultat än hos första gruppen. Resultaten här pekar mycket mer åt det hållet vi hade förväntat oss; att tjejerna läser bloggar flera gånger dagligen och relaterar till bloggerskan på ett sätt som kan tyda på parasociala relationer. Kenzas.se är den övervägande mest populära bloggerskan och många av tjejerna ser bloggerskan som en förebild eller idol.

Svarsgrupp 3

Den tredje gruppen som enkäten skickades ut till var en grupp tjejer i åldrarna 13 och 14 år från olika skolor i Stockholm och med blandade intressen. Gemensamt för den heterogena gruppen var att alla läser en del kända bloggar samt att alla läser bloggar som tjejer i skolan skriver, men som de inte känner. Resultaten var precis som för den andra gruppen mer åt det hållet vi hade väntat oss; att de läser bloggar oftare och mer regelbundet än den första svarsgruppen.

4.3 Analys av kommentarsfält i bloggar

I analysen av kommentarsfälten kartlades aktiviteten i bloggar hos tre olika bloggerskor; KENZA Zouiten (kenzas.se), Zara Larsson (zarish.blogg.se) och Anchisa Soirak (fokis.se). Resultaten från visar att bloggarna skiljer sig från varandra, både i antal läsare och i antal kommentarer. Bloggen kenzas.se har cirka 1,2 miljoner läsare i veckan (bloggportalen.se). Resultat från vår analys visar att KENZA skriver i snitt två till tre inlägg per dag och får totalt cirka 1800 kommentarer under en veckas tid. Bloggen fokis.se har cirka 200 000 läsare i veckan (bloggportalen.se). FOKI skriver i snitt fyra till fem inlägg per dag och får totalt cirka 1400 kommentarer under en veckas tid. Bloggen zarish.blogg.se har 140 000 läsare i veckan (bloggportalen.se). Zara skriver i snitt två till tre inlägg om dagen och får totalt cirka 1000 kommentarer under en veckas tid. (Figur 9)

Blogg	Antal läsare/vecka	Antal inlägg/dag	Antal kommentarer/vecka
Kenzas.se	1 200 000	2-3	1 800
Fokis.se	200 000	4-5	1 400
Zarish.blogg.se	140 000	2-3	1 000

Figur 9: Statistik över aktiviteten på de tre bloggarna.

Under den utvalda veckan för analys av kommentarsfälten i de tre bloggarna samlades de kommentarer in där läsarens tilltal på något sätt kan tyda på att parasociala relationer förekommer. I följande tre underrubriker presenteras resultaten från analyserna av kommentarsfälten i respektive blogg med ett urval av kommentarer.

4.3.1 Fokis.se

De kommentarer som läsarna har lämnat på fokis.se innehåller antingen en eller flera indikationer på parasociala relationer, främst i form av frågor direkt riktade till bloggerskan Foki om sådant som rör hennes privatliv. Vidare finns tecken på att läsaren funderar kring det hon endast bör känna till och bry sig om hon är nära vän till bloggerskan.

Urval av kommentarer från fokis.se;
<i>"Hej! Foki du som är så söt och rar! :-) jag läste kommentarerna på en av dina bilder på instagram och jag tyckte att dom va så taskiga och jag vill bara säga att du inte ska ta åt dig från massa avundsjuka! Okej det där lät bara fel men du kanske förstår vad jag menar/ en person som läser din blogg för att det är kul och inte för att trycka ner dig!:-)"</i>
<i>"8(>.<)8 Jag lääängtar efter att få se den filmen! Ska bli kul att höra vad du tycker sen efter att ha sett den. Häfftig outfit, skorna är jättesnygga men ser lite svåra ut att gå i. Fast jag hade gärna haft ett par ändå och tvingat mig själv att lära mig gå i dem. (^ ^) Kram på dig <3"</i>
<i>"Jag undrade just under veckan var du hade lagt de där skorna! Du har typ aldrig använt dem, men nu så! ^^ Är jag synsk..? :D"</i>

4.3.2 Kenzas.se

Kenza Zouiten (kenzas.se) har ungefär en miljon fler läsare under en vecka än vad Foki har, men får betydligt färre kommentarer om man ställer de två bloggerskornas läsarantal i relation till varandra. Många av de kommentarer som läsarna lämnat i bloggen pekar på att parasociala relationer kan förekomma, men det visar sig i en något mildare grad än i Fokis blogg.

I urvalet av kommentarer nedan ser vi hur läsarna har ett behov av att berätta om sig själva som man normalt sett enbart gör till en vän. Vi ser även en viss idoldyrkan och tecken på att läsaren ser upp till bloggerskan i hög grad.

Urval av kommentarer från kenzas.se;
<i>"Åh va myyys. Själv sitter jag och äter och "pluggar" inför ett matteprov imorgon."</i>
<i>"Tack Kenza för dessa bilder! Gjorde verkligen min dag! Efter att ha tyckt synd om mig själv och varit på gränsen till att gråta hela dagen så gick detta för första gången på hela dagen över till skratt och det känns så jävla bra! TACK! DU ÄR BÄST!"</i>
<i>"Hi Kenza! Im Klaudia and i looove your blog, i follow it since i think 2 years. You are my inspiration, you are soo beautiful. Because of you i started lerning swedish:) I really want to understand what you write in this language:) Have a great day, kisses from Poland!:)")"</i>

Zara Larsson har en mindre blogg än både Kenza och Foki när det kommer till antalet läsare per vecka, men får ändå många kommentarer per skrivet blogginlägg. Uppskattningsvis, baserat på innehållet i blogg och kommentarsfält, tillhör läsarna av zarish.blogg.se den yngre skaran av vår urvalsgrupp. Detta yttrade sig även i enkätsvaren där främst de yngre respondenterna angav zarish.blogg.se som en blogg de brukar läsa.

[illegible]

5. Diskussion

Diskussionen grundar sig på resultaten av fokusgruppen, enkätundersökningen och analysen av kommentarsfältet i bloggar.

5.1 Diskussion kring underfrågor

I detta avsnitt diskuterar vi kring de underfrågor vi ställde för att kunna besvara vår problemformulering; Hur tar sig en parasocial relation uttryck på en blogg, i dagens sociala mediasamhälle? Hur ser läsarens enkelriktade relation ut till en livsstilsbloggerska?

5.1.1 Vilka förutsättningar krävs för att parasociala relationer ska uppstå på en blogg?

Återgår vi till vår första underfråga visar våra resultat att en klar majoritet av respondenterna läser bloggar regelbundet i den mening att det sker flera gånger i veckan till flera gånger om dagen. Inledningsvis är det intressant att diskutera dessa resultat tillsammans med Altman och Taylors teori om att ju mer tid en medieperson exponeras i olika medier, desto mer ihållande blir bilden av mediepersonen som en realistisk och närvarande person. I vår studie handlar denna typ av exponering om hur ofta bloggerskan uppdaterar sin blogg och därmed hur mycket hon syns i bloggen. En majoritet av respondenterna av enkäten har en regelbundenhet i sitt bloggläsande, vilket talar för att det finns ett samband mellan regelbundenheten i tjejernas bloggläsande och bloggerskornas frekventa uppdatering av bloggen. Denna kontinuitet i aktiviteterna hos både bloggerskan och bloggläsarna är en viktig förutsättning för att parasociala relationer ska kunna uppstå.

Ett talande exempel från vår studie är att Foki får många fler kommentarer i relation till hennes antal besökande bloggläsare i veckan, jämfört med Kenza som har betydligt fler besökare men får färre kommentarer på sina blogginlägg. Vi tror att detta kan förklaras av hur ofta respektive bloggerska uppdaterar bloggen och därmed följaktligen hur mycket hon exponeras i den. Foki uppdaterar sin blogg i snitt fyra till fem gånger per dag, medan Kenza endast uppdaterar den i snitt två till tre gånger dagligen. Tjejerna som läser Fokis blogg matas med fler inlägg per dag och kan således följa bloggen fokis.se mer kontinuerligt än Kenzas läsare kan följa kenzas.se. Detta bidrar till den ihållande bilden av Foki som en närvarande och verklig person för hennes läsare.

Ytterligare en anledning till att Foki får många kommentarer i relation till hennes antal besökande bloggläsare i veckan tror vi är att hon ger en högst personlig bild av sig själv i inläggen. Kenza har dragit ner på sitt uppdaterande av bloggen och gått ut med att hon vill vara mindre privat i bloggen. När en av Kenzas läsare ifrågasätter varför hon aldrig får följa med Kenza på en så kallad "personlig resa" längre, får hon detta svar; "*nu talar jag av erfarenhet, det händer väldigt konstiga & jobbiga grejer ibland. Jag var tvungen att ta ett beslut och jag bestämde mig för att dra ner på det privata & gå åt modeblogg-hållet istället. Det var antingen det eller ta bort bloggen.*" (Se Figur 10, sida 18). Bloggläsaren ställer krav på bloggerskan om att vara personlig i bloggen, vilket talar för att det personliga tilltalet är viktigt för att läsaren ska få utbyte av bloggen och vilja läsa den.

Postat av: matilda

Hmm hur ska jag skriva detta för att du inte ska ta detta på fel sätt men jag tycker att det är så tråkigt med din blogg att man aldrig får följa med dig på någon personlig resa. Då menar jag inte resan till sundsvall eller till thailand utan en resa inom dig själv. Man får inte SE vem DU är, allt är stängt och privat. Vi får se dina bilder på "här sitter jag med en kopp kaffe i pyjamas och flirtar med ögonen". Men det GER inte mig någonting, eller så lägger du upp en bild på en ny kjol/tröja/whatever och du tjänar såna pengar på det. Jag tycker att det är så konstigt. Hur kan DU/VI få ut någonting på detta???? Vi får inte ens se ditt jobb, vart jobbar du, vad du gör om dagarna, eller hur det känns att starta upp detta? Sen klickar jag in på tyras blogg t ex, där hon visar sig svag, hur hon mår dåligt och tar sig upp, men faller igen.. och det är något som iallafall ger MIG nånting...

Kenzas svar: Hej! Vad tråkigt att du känner så, men det är inte meningen att ni ska få känna mig på djupet i denna blogg. Du måste ju förstå att det inte går när det är en halv miljon främlingar som läser. Jag har ingen aning om vilka ni är och jag måste vara försiktig både för min egen skull och för mina nära & kära och nu talar jag av erfarenhet, det händer väldigt konstiga & jobbiga grejer ibland. Jag var tvungen att ta ett beslut och jag bestämde mig för att dra ner på det privata & gå åt modeblogg-hållet istället. Det var antingen det eller ta bort bloggen, och eftersom att jag tycker om att blogga (och älskar mode) så fick lösningen bli såhär. Och jag är en rätt privat människa och vill hålla det så. 😊 Jag tvingar ingen att läsa här och jag bloggar inte för att du eller någon annan ska få ut någonting av det. Alla väljer själva vilken blogg man vill läsa, och om det är bloggar som Tyras du vill läsa så har du hamnat fel. Jobbet kommer ni få se mer av sen självklart, men nu innan lanseringen så är allt lite hemligt tyvärr. Kram!

Figur 10: Kenzas förklaring till varför hon väljer att vara mindre privat i bloggen. (www.kenzas.se)

Våra resultat från enkätundersökningen bekräftar också att det är viktigt för läsaren att känna sig inspirerad och beröras av det bloggerskan skriver om. En majoritet av de responderande tjejerna anger detta som motivering till varför de läser en viss blogg och återkommer till den. Att läsaren berörs och inspireras av innehållet i bloggen hänger ihop med att hon kan relatera till bloggerskan och det hon skriver om. I fokusgruppen uttryckte även flera av deltagarna att de inte läser bloggar som tar upp sådant som de har svårt att relatera till. Att exempelvis Blondinbella¹ uppfattas som mycket äldre än de själva; "hon har ju typ man och hus och bil och hund" talar för att tjejerna inte söker sig till att läsa bloggar med innehåll de inte kan relatera till.

De tre livsstilsbloggerskorna delar alla, mer eller mindre, med sig av sina personliga erfarenheter, kunskap, känslor och tankar till läsarna. Läsarna kommenterar i sin tur med sina egna tankar och ställer ofta personliga frågor till bloggerskan. Vår analys av kommentarsfälten i bloggarna visar att det finns många som berörs av det bloggerskorna skriver om. Inte enbart då det under en veckas tid lämnades mellan ett och två tusen kommentarer i respektive bloggerskas kommentarsfält. Kommentarererna karakteriserades dessutom av en högst personlig ton hos läsarna, med tydliga tecken på hängivenhet till bloggerskans liv. Många kommentarer rörde sådant som bloggläsaren egentligen bara bör känna till om bloggerskan vore en fysiskt närvarande kompis.

Vad som anses som personlig ton skiljer stort beroende på vem man frågar, men i vår studie innebär den personliga tonen att bloggerskan tilltalar sina läsare mer individuellt som "du" än kollektivt som "ni", samt att dagboksliknande formen på bloggen innehåller ett ledigt tilltal i inläggen. Återknyter vi till vår bakgrund och teori skriver Strandberg att samspelet mellan bloggerskan och hennes läsare ofta är av personlig karaktär och detta samspel bidrar till att likasinnade individer skapar kontakt med varandra. Våra resultat visar att läsarens uppfattade känsla av verklig kontakt med bloggerskan, och därigenom ett samspel med henne, uppstår av det personliga tilltalet och ett innehåll i bloggen som gör att läsaren kan relatera till bloggerskans liv.

¹ Isabella Löwengrip (Blondinbella) driver en av Sveriges största livsstilsbloggar; blondinbella.se.

5.1.2 Vilken relation upplever sig blogggläsande tjejer mellan 13 och 16 år ha till bloggerskan?

För att söka svar på vår andra underfråga bad vi respondenterna av enkäten att välja bland förbestämda svarsalternativ kring hur de upplever relationen till sin favoritbloggerska. Detta gjordes utan att be respondenten att motivera sitt val, vilket gör det svårt att tolka resultaten djupare. Vi kan enbart resonera kring tjejernas svar i relation till våra bakomliggande tankar med de förbestämda svarsalternativen; nära kompis, kompis, storasyster, idol, person som skulle kunna vara jag själv, övrigt (se Bilaga 1) och detta i relation till vad respondenterna i övrigt svarat på enkätfrågorna.

Intressant att diskutera är främst de tio tjejer som i enkäten som angav att de liknar bloggerskan med en nära kompis, en kompis eller en storasyster, då dessa intima relationer bygger på att individer står varandra nära. Gemensamt för dessa tio tjejer är att de alla läser bloggar betydligt oftare och mer regelbundet än de 13 övriga som inte anger någon kategori av nära relation till bloggerskan (idol, inspirationskälla eller förebild) alternativt liknar bloggerskan med sig själv.

Utifrån våra resultat från enkätundersökningen kan vi dela upp de responderande tjejerna i två olika block; de som uppger sig ha en intim relation till bloggerskan (nära kompis, kompis eller storasyster) och de som uppger sig ha en relation till bloggerskan som mer liknar en idoldyrkan. Vi tror att det är en hårfin skillnad mellan hur de två olika blocken upplever sin relation till bloggerskan och därmed om relationen är en parasocial relation eller inte.

Att bloggen är ett utrymme som skapar relationer mellan läsaren och bloggerskan är tydligt utifrån våra resultat från studien, men vem bloggerskan innerst inne egentligen är för läsaren är desto svårare att avgöra, liksom hur detta yttrar sig. Utan att ha kunnat undersöka bloggerskornas aktivitet i högre utsträckning kan vi enbart tolka det som att tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år söker sig till kända livsstilsbloggar där de kan relatera till innehållet. När en blogggläsande tjej fastnar för en viss blogg och återkommer till just den bloggen förstärks också bilden av bloggerskan som en närvarande, bättre vetande person eller rådgivare, oavsett om tjejerna ser bloggerskan som en nära vän eller som en idol.

Hur vi ska tolka svaret hos de tre tjejer som angivit att de liknar bloggerskan med sig själva är tvetydigt. Å ena sidan kan det säga något om att bloggerskan ses som en likasinnad individ och därmed att sociomentala band uppstår. Å andra sidan är det svårt att se indikationer på vad en sådana band skulle kunna leda till i termer av parasociala relationer. (Se metodkritik i 5.2.2 Enkätundersökning)

5.1.3 Vad indikerar att parasociala relationer existerar i kommentarsfält i bloggar och hur tar relationen uttryck?

Kommentarsfälten i bloggarna vi analyserade visade sig innehålla många kommentarer som kunde peka på hur parasociala relationer tar sig uttryck på bloggar. Detta hjälper oss att diskutera kring den tredje underfrågan vi ställde för att kunna besvara vår problemformulering. Kommentarer som ständigt återkommer i kommentarsfälten och som kan indikera att parasociala relationer existerar på bloggar är att läsaren söker dialog med bloggerskan genom att exempelvis ställa frågor eller berätta om sig själv på ett högst personligt plan.

I ett av Fokis inlägg där hon skriver att hon har fått vätskebrist fann vi denna kommentar från en läsare; *“Jag brukar ha vätskebrist väldigt ofta, glömmmer totalt bort att dricka och dricker väldigt lite under en dag. Så har oftast dagligen huvudvärk, yrsel, illamående osv och när jag är utomlands blir det ju ännu värre. Ska försöka bättra mig, hehe ^^”* (fokis.se). Det som är intressant med denna kommentar är att läsaren uttrycker sig personligt om egna erfarenheter av ämnet, utan att ha fått en fråga från bloggerskan som uppmanar till denna dialog. Läsaren berättar i det här fallet att hon ska försöka bättra sig, som om bloggerskan faktiskt kommer att läsa kommentaren och har ett intresse av hennes välmående.

Andra tecken vi fann i kommentarsfälten som visade på att läsare söker en dialog med bloggerskan är att de ställer personliga frågor; *“Tröjan ser enormt mysig ut! allt bra med dig för övrigt? :) Bortsett från klädproblemen då ;)”* och *“Du brukar inte hänga med så mycket tjejer nu för tiden va? Läser nästan aldrig att du är med nån tjejkompis eller så? Är du inte med så många kompisar efter skolan? Bara undrade, lite kul att veta! Vet inte varför egentligen, hah”*. (zarish.blogg.se). Denna läsare verkar ha en känsla av att hon känner bloggerskan personligen då hon söker svar på frågor som normalt sett endast ställs till en fysiskt närvarande vän. Ställer man en fråga till en vän förväntar man sig förmodligen även att få svar, men så är sällan fallet i bloggerskornas kommentarsfält.

I allmänhet svarar bloggerskorna på få kommentarer och det är något vi tror att många av läsarna är väl medvetna om. Trots detta ser vi fall där en och samma tjej återkommer till en viss blogg varje dag och lämnar flera kommentarer; *“Är också Sjuk idag :(krya på dig <3 Alva”* och *“Brukar också sitta och kolla på mina vänners gamla bilder, hahaha det är så kul <3 Alva”*. (zarish.blogg.se). Detta pekar ännu mer på hur enkelriktad relationen faktiskt är från de bloggläsande tjejernas sida. Både Foki och Kenza har uttryckt i sina bloggar att de personligen läser alla kommentarer, vilket uppenbarligen är anledning nog för många läsare att ta sig tid att kommentera och berätta om sig själva i alla dessa kommentarer. Vi tänker oss att läsarens bild av bloggerskan är så idealiserad att det inte spelar någon roll för henne om hon får svar på sin kommentar, utan bara tron om att bloggerskan har läst hennes kommentar räcker.

Ytterligare tecken på att läsaren idealiserar bloggerskan visas i många kommentarer liknande denna; *“Du har säkert hört det här hur många gånger som helst från dina läsare men jag säger det ändå: Du och din blogg betyder så extremt mycket för mig. Om jag någon gång känner mig deppig, eller allmänt hängig, kikar jag på din blogg och jag blir inte bara glad igen, jag blir också så sjukt inspirerad!”* (kenzas.se). Denna kommentar knyter an till vår

bakgrund och teori som säger att ungdomar i de sociala mediernas tidsålder kan komma nära en känd medieperson, vilket uppenbarligen tjejen som har lämnat denna kommentar känner att hon är. Vi funderar samtidigt kring hur stark innebörden i denna öppenhjärtiga kommentar egentligen är. Vår uppfattning är att unga identitetssökande tjejer idag har ett starkt behov av att uttrycka sina känslor, framförallt på Internet där det är mycket lättare att göra det än öga mot öga i verkliga livet. Även Tuckle (1997) skriver om att ungdomar ser sin chans att pröva sin identitet på Internet, på ett sätt de inte skulle våga i det verkliga livet.

5.2 Metodkritik

Här presenteras kritiken till de metoder vi valde för att genomföra studien.

5.2.1 Fokusgrupp

Vid genomförandet av fokusgruppen var vi väl förberedda med genomtänkta frågor och en tydlig plan för tillvägagångssättet. Fokusgruppen vi genomförde blev dock inte som vi hade tänkt oss, utan den homogena gruppen av tjejer gav oss utmaningar vid genomförandet. Att genomföra fokusgruppen på en homogen grupp trodde vi skulle vara fördelaktigt, eftersom deltagarna kände varandra och därför skulle våga stå för sin åsikt och våga tala fritt (Cohen, Manion & Morrison, 2000). Dynamiken i den homogena gruppen fungerade inte alls som vi förväntat oss och det visade sig vara en stor utmaning att få fram individuella åsikter och skapa diskussion. Vi var väl medvetna om risken att deltagarna i gruppen skulle hålla med varandra i sina svar, men vi trodde inte att det skulle bli så tydligt som det blev under genomförandet. Eftersom vi hade svårt att få gruppen att tala fritt gav fokusgruppen oss liknande svar mellan deltagarna.

Vi fick heller inte de svar vi hade förväntat oss, vilket å ena sidan var intressant eftersom våra förutfattade meningar och hypoteser inte stämde överens med deltagarnas svar. Å andra sidan fick vi inte ut det vi ville från fokusgruppen.

Anledningen till att resultaten från fokusgruppen blev som de blev tror vi ligger i att denna grupp tjejer avviker från hur majoriteten av tjejer i samma ålder i landet spenderar sin fritid. Fokusgruppen bestod av sex elitgymnaster som tränar tillsammans med varandra 12 timmar i veckan och tre tjejer som tränar ungefär hälften så många timmar. De spenderar alla mycket tid på sitt fritidsintresse och deras liv kretsar till största del runt idrotten. Den fritid som majoriteten av tjejer i samma ålder i Sverige har på eftermiddagar och kvällar tror vi att denna grupp tjejer saknar.

Ett resultat från fokusgruppen som förvånade oss var att majoriteten enbart läste sina kompisars bloggar och kompisars-kompisars bloggar. Då vi hade väntat oss att fler av tjejerna främst läste kända livsstilsbloggar hade vi svårt att ställa lämpliga följdfrågor. Vi hade kunnat titta på hur relationen ser ut till kompisars kompisar bloggar och undersökt tecken på parasociala relationer där. Dock hade inte hjälpt oss att svara på vår problemformulering, även om det hade varit av intresse att studera vidare i termer av parasociala relationer. Vi tror att tjejernas vana av att läsa kompisars-kompisars bloggar

kan vara ett nytt fenomen som blivit möjligt i de sociala mediernas tidsålder och som skiljer sig från hur parasociala relationer tog uttryck tidigare.

Vår målbild var att genomföra en andra fokusgrupp med en mer heterogen grupp tjejer som enligt vår uppfattning bättre skulle representera typiska svenska tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år. Detta då vi under fokusgruppen upptäckte att de tre tjejer som tränade något mindre än de sex elitsatsande tjejerna bidrog till diskussionen i högre utsträckning och kunde besvara frågorna mer hängivet. Olyckligtvis fick vi aldrig tag på en andra fokusgrupp. Att jämföra den första fokusgruppen bestående av denna homogena grupp tjejer med en annan heterogen grupp tjejer hade varit intressant för att verifiera om vår uppfattning stämmer överens med verkligheten. Vi lämnar idén om att utföra fler fokusgrupper som förslag till fortsatta studier inom ämnet.

5.2.2 Enkätundersökning

En första upplevd nackdel med enkätundersökningen är att det inte gick att ställa följdfrågor till respondenterna direkt i enkäten. Detta hade varit intressant att göra kring de svar som upplevdes som extra intressanta i analysen av resultat från enkätundersökningen. Det gick heller inte att kontrollera om respondenten hade tolkat enkätfrågan på rätt sätt och därmed om personen svarat felaktigt i relation till vår tolkning. När vi skapade enkäten var vi noggranna med att genomföra ett pilottest för att kontrollera att frågorna var ställda så att vår urvalsgrupp skulle förstå och tolka dem på rätt sätt. Vi tog även hänsyn till kritik från vår handledargrupp innan vi skickade ut enkäten och anser därför att den höll god kvalitet.

Majoriteten av de nio enkätfrågorna (se Bilaga 1) var slutna med förbestämda svarsalternativ för respondenten att fylla i, vilket medförde att vi erhöll de kvantitativa svar vi var ute efter. Däremot uteblev med stor sannolikhet kvalitativa svar från respondenterna som hade kunnat vara intressant för oss att ta del av i studien. På varje enkätfråga med förbestämda svarsalternativ fanns det dock möjlighet för respondenten att svara med egna ord genom svarsalternativet "Övrigt". Detta gjorde att vi fick fram en relativt stor mängd kvalitativ data från enkäten som senare i vår analys av resultaten varit givande för studien.

På den helt öppna frågan där vi bad respondenten att skriva fritt om vem hennes favoritbloggerska är, och varför, erhöll vi många intressanta kvalitativa svar. Att helt strunta i att ange förbestämda svarsalternativ på vissa frågor hade kanske uppmuntrat respondenten till mer eftertanke och kunnat ta oss till en djupare analys av ämnet. Dessutom kan de förbestämda svarsalternativen uppfattas som riktade vilket kan ha styrt respondenten att svara på ett visst sätt, utan vidare eftertanke från respondenten. Dock var det ett medvetet val att använda förbestämda svarsalternativ i enkäten för att utifrån dessa kunna tyda tendenser. Vi föredrog även att skicka ut en tidseffektiv enkät med förbestämda svarsalternativ till respondenterna i hopp om att få in ett större antal svar från tjejerna.

Vi fick in 23 svar på enkäten av tjejer i vår urvalsgrupp och det går att diskutera huruvida denna enkät kan klassas som en kvantitativ studie eller inte. Vi anser att av de enkätsvar vi fick är det svårt att urskilja tydliga trender och att det inte räcker som datainsamling för att

kunna dra generella slutsatser kring förekomst av parasociala relationer hos urvalsgruppen. Däremot erhöll vi mycket intressant kvalitativ data från de öppna frågorna som tillsammans med innehåll i bakgrund och teori gick att reflektera vidare kring.

Många tjejer i urvalsgruppen hade lika svar på enkätfrågorna, inte enbart på de med förbestämda svarsalternativ, utan även de frågor där de fick möjlighet att svara mer fritt. Detta resultat tillsammans med fakta som säger att 80 procent av Sveriges tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år läser bloggar (Findahl, 2012) leder till funderingar om det utifrån våra enkätsvar går att diskutera läsarnas relationer till bloggerskor mer generellt.

5.2.3 Analys av kommentarsfält i bloggar

Valet av vilka tre bloggars kommentarsfält att analysera baserades till stor del på resultat från enkäten som sa vilka bloggerskor som var mest populära i urvalsgruppen. Då ett relativt litet antal tjejer svarade på enkäten kan vi ha gått miste om andra bloggar som många tjejer i urvalsgruppen läser, där andra resultat möjligtvis hade kunnat påvisas.

När vi undersökte de tre bloggarnas kommentarsfält tittade vi efter innehåll som kunde tyda på att parasociala relationer förekommer, baserat på våra egna tolkningar. Då det endast är våra egna tolkningar kan vi av den anledningen inte vara säkra på att det faktiskt förekommer en sådan relation hos läsaren. Utan att kunna fråga en specifik läsare om vilka hennes bakomliggande tankar och hennes syfte med att lämna en viss kommentar kan vi omöjligt dra slutsatser kring de resultat vår analys av kommentarsfälten gav.

Då vi enbart tittade på de tre utvalda bloggarnas aktivitet under en veckas tid kan vi inte anta att aktiviteten under den utvalda veckan är representativ för bloggarna i stort. Vi kan dock utifrån våra resultat påvisa tendenser kring hur parasociala relationer tar sig uttryck i bloggar.

5.3 Övrigt

Här diskuteras vi generellt angående fortsatta studier och uteblivna intervjuer med bloggerskor.

Målsättningen var att intervjua några av de mest kända bloggerskorna i Sverige. För att få en komplett bild av hur parasociala relationer tar sig uttryck i de sociala mediernas tidsålder hade det varit intressant att få en bild av hur relationerna yttrar sig ur en bloggerskas synvinkel. Ursprungligen ville vi titta på hur bloggerskan upplever läsarens relation till henne och hur dessa relationer uppkommer samt tar sig uttryck på hennes blogg. Utöver detta ville vi få en uppfattning om hur bloggerskan själv ser på enkelriktade relationer till sina läsare.

Att få en intervju med en känd bloggerska var svårare än vi hade förväntat oss. Förmodligen hade vi behövt gå andra vägar än att mejla för att fånga bloggerskornas uppmärksamhet. Det låg en stor utmaning i att få vårt mejl att sticka ut bland hundratal andra som dagligen

skickas till kända bloggerskor i Sverige. Att vi skulle genomföra en vetenskaplig studie av parasociala relationer på bloggar var inte det lättaste ämnet att sälja in hos våra utvalda livsstilsbloggerskor. Utan att muntligt få möjlighet att förklara vad detta innebar gjorde det omöjligt att nå dem. Vi hade sannolikt kunnat få tag på en eller flera bloggerskor att intervjua om vi hade haft mer tid till att ta alternativa vägar, exempelvis att gå via personliga kontakter. Om vi hade lyckats sälja in vår vetenskapliga undersökning tror vi att kända bloggerskor skulle tycka att ämnet var intressant och känna vikt vid att delta.

En annan intressant parameter att undersöka hade varit den geografiska placeringen av bloggläsaren i Sverige, för att titta på skillnader i landet. Alla tjejer som deltog i studien bor i Stockholmsområdet vilket gör att vi inte kan dra några slutsatser om hur parasociala relationer tar sig uttryck på bloggar i resten av Sverige. I en framtida studie kan det därför vara intressant att undersöka hur det ser ut på andra platser i Sverige, exempelvis i mindre orter. Vi såg stora skillnader i vår undersökning mellan tjejer med olika intressen och tror därför även att det ser annorlunda ut beroende på om man bor i en storstad eller i en mindre stad där vardagen och fritiden skiljer sig åt. Vidare kan det vara intressant att titta närmare på vikten av att läsaren och bloggerskan har en gemensam miljö att förhålla sig till, vilket aldrig blev möjligt i vår studie då vi inte fick tag på bloggerskor att intervjua.

6. Slutsats

Här presenteras de slutsatser som dragits efter diskussionen i föregående kapitel.

Till problemformuleringens huvudfråga *"Hur tar sig en parasocial relation uttryck på en blogg, i dagens sociala mediasamhälle? Hur ser läsarens enkelriktade relation ut till en livsstilsbloggerska?"* kan inte några generella slutsatser dras på grund av undersökningens begränsade omfattning.

Utifrån diskussionen kan vi dock dra slutsatser till problemformuleringens underfrågor;

- *Vilka förutsättningar krävs för att parasociala relationer ska uppstå på en blogg?*
- *Vilken relation upplever sig blogggläsande tjejer mellan 13 och 16 år ha till bloggerskan?*
- *Vad indikerar att parasociala relationer existerar i kommentarsfält i bloggar och hur tar relationen uttryck?*

I vår studie har vi kommit fram till att ett antal förutsättningar krävs för att en parasocial relation ska kunna uppstå på en blogg; regelbundenhet, inspirerande innehåll och personligt tilltal. Regelbundenheten är fundamental, både när det gäller bloggerskans kontinuerliga uppdatering samt läsarens frekventa besök på bloggen. Utan regelbunden aktivitet skapas inte de sociomentala band som bygger upp läsarens upplevda känsla av verklig kontakt med bloggerskan. Att läsaren dessutom kan relatera till bloggerskan och innehållet i hennes blogg är viktigt. Två likasinnade individer har lättare att relatera till varandra vilken gör att det personliga tilltalet i bloggen är ytterligare en förutsättning.

Vi kan dela in läsarna av bloggar i två olika block; de som uppger sig ha en vänskaplig relation till bloggerskan och de som har en idoliserad relation till henne. Skillnaden mellan dessa block anser vi är hårfin och det är svårt att avgöra om det ens finns någon skillnad i hur relationen yttrar sig. Av de resultat vi har fått fram i studien kan vi tolka det som att tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år söker sig till kända livsstilsbloggar där de kan relatera till innehållet. Genom att återkomma till en viss blogg förstärks bilden av bloggerskan som en närvarande, bättre vetande person eller rådgivare, oavsett om tjejerna ser bloggerskan som en nära vän eller som en idol.

För tjejer i åldersgruppen 13 till 16 år tar sig parasociala relationer med fördel uttryck i kommentarsfälten i bloggar. Tjejer i den åldersgruppen ser chansen att pröva sin identitet på Internet på sätt de inte vågar i verkliga livet. Relationerna visar sig då läsarna försöker att skapa en dialog med bloggerskan genom att ställa frågor eller berätta saker om sig själva i kommentarerna, på ett högst personligt plan. Läsarna verkar acceptera att de inte får svar på sina kommentarer vilket vi tror har att göra med den idealiserade bilden de har av bloggerskan. Detta pekar på hur enkelriktad relationen är då läsaren inte kräver någon bekräftelse från bloggerskan.

7. Referenser

- Altman, Irwin. & Taylor, Dalmis. (1973). *Social Penetration: The Development of Interpersonal Relationships*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Bartholomew, K., & Horowitz, L. M. (1991). Attachment styles among young adults: a test of a four-category model. *Journal of Personality and Social Psychology; Journal of Personality and Social Psychology*, 61(2), 226.
- Castells, Manuel. (2002). *Internetgalaxen - Reflektioner om Internet, ekonomi och samhälle*. Göteborg: Daidalos.
- Chayko, Mary. (2002). *Connecting - How we form social bonds and communities in the Internet age*. Albany: State University of New Press.
- Cohen, J. (1997). Parasocial relations and romantic attraction: Gender and dating status differences. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(4), 516–529. Retrieved from <http://hevra.haifa.ac.il/~comm/he/files/yon/PSI-diss.pdf>
- Cohen, L., Manion, L. & Morrison, K. (2000). *Research methods in education*. London: Routledge
- Findahl, O. (2012). *Svenskarna och Internet Svenskarna och Internet*. Retrieved from <https://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf>
- Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media psychology*, 4(3), 279–305.
- Jenkins, Henry. (2006). *“Convergence culture: Where old and new media collide”*. New York: New York University Press.
- Kenzas. (2013). Kenzas.se
<http://kenzas.se/> (hämtad 2013-02-27)
- Nationalencyklopedin. (2013). “Blogg”. Ne.se
<http://www.ne.se/lang/blogg> (hämtad 2013-02-20)
- Nationalencyklopedin. (2013). “Sociala medier”. Ne.se
<http://www.ne.se/lang/socialamedier> (hämtad 2013-02-20)
- Preece, Jennifer, Rogers, Yvonne & Sharp, Helen. (2011). *Interaction design*. 3. United Kingdom: WILEY
- Skolverket. (2013). “Fakta om bloggar”. Skolverket.se
http://www.skolverket.se/skolutveckling/itiskolan/kollakallan/sociala_medier/fakta/bloggar-1.151964 (hämtad 2013-02-23)
- Skvallerbloggen. (2013). Skvallerbloggen.se
<http://skvallerbloggens.se/2013/04/07/kenza-det-var-antingen-detta-eller-att-ta-bort-bloggen> (hämtad 2013-04-17)

Strandberg, Matilda. (2012). " Tack för dagens rapport om ditt liv ". Retrieved from <http://sh.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:602335>

Tuckle, Sherry. (1997). Leva online. Stockholm: Nordstedts

Webbstatistiksystem. (2013). Webbstatistik.se
<http://webbstatistiksystem.se/unika-besokare-besok-och-sidvisningar-hur-mater-man> (hämtad 2013-02-22)

Wikipedia. (2013). "Blogg". Wikipedia.org
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Blogg#Bloggverktyg> (hämtad 2013-02-20)

8. Bilagor

Nedan presenteras bilagor till uppsatsen. Dessa består av enkäten vi skickade ut med tillhörande frågor, samt de frågor som ställdes vid fokusgruppen.

Bilaga 1: Enkät

BLOGGAR

Vi heter Louise och Mikaela och skriver en uppsats om bloggar. När du svarar på den här enkäten är du helt anonym i dina svar och du behöver bara lämna din mailadress om du vill. Tack för din hjälp! :)

***Obligatorisk**

Hur gammal är du? *

- ☒ 13
- ☐ 14
- ☐ 15
- ☐ 16

Läser du bloggar? *

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Hur ofta läser du bloggar? *

- ☐ Flera gånger om dagen
- ☐ En gång om dagen
- ☐ Några gånger i veckan
- ☐ En gång i veckan
- ☐ Mer sällan
- ☐ Aldrig

Vilka bloggar läser du? *

Kryssa i alla bloggar du läser

- ☐ KENZA
- ☐ Blondinbella
- ☐ Foki
- ☐ Chloe Schuterman
- ☐ Zara Larsson (Zarish)
- ☐ Dina nära kompisars bloggar
- ☐ Bloggar av personer i din skola, men som du inte känner
- ☐ Övrigt:

Vilken är din favoritblogg? *

Skriv också varför du gillar bloggen!

Vem skulle du likna bloggerskan med? *

Bloggerskan känns som en...

- ☐ ... kompis
- ☐ ... nära kompis
- ☐ ... storsyster
- ☐ ... idol
- ☐ ... person som skulle kunna vara jag själv
- ☐ Övrigt:

Vad skulle du göra om du såg din favoritbloggerska på stan? *

- ☐ Ingenting
- ☐ Springa fram och hälsa
- ☐ Be om att få ta en bild med henne
- ☐ Ta en bild i smyg
- ☐ Övrigt:

Kommenterar du på bloggar? *

- ☐ Ja
- ☐ Nej

Om du svarade ja på förra frågan, vad kommenterar du på bloggar?

Exempelvis frågor till bloggerskan, angående om blogginlägget, och så vidare...

Skulle du kunna tänka dig att vara med och prata om bloggar i en liten grupp tillsammans med oss? *

Om ja, skriv din mailadress efter övrigt

- ☐ Ja
- ☐ Nej
- ☐ Övrigt:

Skicka

Bilaga 2: Frågor till fokusgruppen

Nedan presenteras de frågor som låg till grund för den öppna diskussionen med fokusgruppen.

(1) Hur ofta läser du/ni bloggar?

-vilka?

-favorit?

-varför?

-regelbundet?

(2) Vilka bloggar tycker du/ni inte om?

-Varför?

(1) Vad är det som lockar dig/er till att läsa bloggar?

(1) Känner du igen dig själv i bloggerskans liv?

-inte? varför?

-Ser du upp till bloggerskan?

(1) Vem skulle du likna bloggerskan med?

-en vän

-en bra vän

-en storasyster

-en förebild

-någon annan?

(1) Tror du att bloggerskor är som de uppger sig vara på sina bloggar?

(2) Delar bloggerskan med sig av allt?

(1) Kommenterar du/ni bloggar?

-isf när och vad kommenterar du/ni i bloggar?

-får du/ni svar?

(2) Vad irriterar dig när du/ni läser på en blogg?

(1) Hur skulle du reagera om du/ni sprang in i en bloggerska vars blogg du/ni följer på stan?

