

R

ROSABLOGGING

Av Stine Bang Pedersen, student ved Høgskolen i Oslo

6 utg. + Becksöndergaard clutch FOR KUN 199,-

Rabatt 705,-

COSTUME velkomstpakke

Hvit clutch i mykt skinn fra Becksöndergaard!

BECK SÖNDER GAARD COPENHAGEN

CAROLINE FOTBALLFRUE

OM MEG KONTAKT MEG OFTE STILTE SPØRSMÅL BRYLLUPET SALGSBLOGGEN TREASURES

Jakter sønnen
4 October, 2011

Caroline Berg Andersen, bedre kjent som «Fotballfrue», står bak en av de mest populære bloggene i Norge. Nærmere 70 000 mennesker er innom bloggen hennes hver eneste dag for å lese om hva hun har gjort siden sist, hvilken sminke hun anbefaler, hvilke klær hun går med, hvilken mat hun foretrekker og andre ting som preger hverdagen hennes. Hun er altså en forholdsvis normal jente i 20-årene, som ikke har noen spesielle talenter, kunnskaper eller meninger å tilby samfunnet. Men likevel føler tusenvis av mennesker en trang til å følge både hennes og flere andre liknende jenters liv. Hva er det disse rosabloggene egentlig handler om? Hvorfor ønsker de å utlevere seg selv på denne måten? Og hva er det som er så spennende med dem?

For å finne ut av dette fulgte jeg ti populære rosablogger en ukes tid og snakket med tre bloggere i 17-18 årsalderen om blogging. I tillegg intervjuet jeg fem lesere av rosablogger i alderen 14 til 27 år for å høre hva de tenker om bloggerne og grunnen til at de følger dem. En siste viktig kilde for artikkelen er ei bok av Ida Jackson. Jackson var en av de første bloggerne

i landet og har siden skrevet boka *Sosiale medier* (Aschehoug forlag, 2010). Alle sidehenvisninger i artikkelen er til hennes bok.

Å være den man vil

Noe av det første mange unge bloggere oppdager når de kommer til sosiale medier, er at de kan være *hvem de vil* (s. 107). Den typiske rosabloggeren i min undersøkelse er en jente i alderen 16 til 24 år. Hun er altså i den identitets-skapende perioden mellom barn og voksen. Som Ida Jackson påpeker, krever det å planlegge en bloggpersona at man må å ta bevisste valg om hva slags rolle man vil ha i det offentlige rom (s. 115). Utformingen av denne personaen krever blant annet bruk av *slør* (s. 81). Bloggeren «Mari» (18 år) utelater for eksempel bevisst negative hendelser i livet sitt, og mener hun sikkert kan virke som en mer sprudlende og selvsikker jente på bloggen enn det hun egentlig er. Hun er dessuten, i likhet med flere av bloggerne, vanligvis ganske sjenert, noe hun ikke tror skinner igjennom på bloggen hennes.

Bloggeren «Line» mener derimot at hun er «sitt virkelige jeg» på bloggen, og at selv om hun ikke alltid trenger å gå i detalj, prøver hun å ikke skjule noe. Generelt krever blogging både åpenhet og tildekking, som hos bloggeren «Katrine» (17 år), som synes det er enklere å skrive ned sine innerste meninger og følelser på bloggen enn å snakke åpent om dem. Hun tar likevel aldri opp private ting som skjer i livet hennes, og tar hensyn til familie og venner som ikke vil på bloggen. Ifølge Ida Jackson er en god huskeregel at «du må spørre alle andre bortsett fra deg selv og katten din om lov til å skrive om privatlivet deres på nett» (s. 151). «Katrine» forteller at hun startet sin første blogg da hun var tretten år, men at denne nå er slettet – ikke fordi hun skrev noe veldig dumt, men rett og slett fordi hun også mener at når man er såpass ung klarer man ikke alltid å skille mellom hva som er riktig og ikke riktig å publisere på en blogg.

Det er en generell oppfatning blant alle de fem leserne om at bloggpersonaen sjeldent er helt den samme som personen bak bloggen, og at det er vanlig at bloggerne fokuserer mest på de positive tingene i livene sine, for å fremstå best mulig. Blogg-leseren Julie kjenner for eksempel en av bloggerne i undersøkelsen min og forteller at selv om bloggeren i det virkelige

julianyland



Julia



Søk

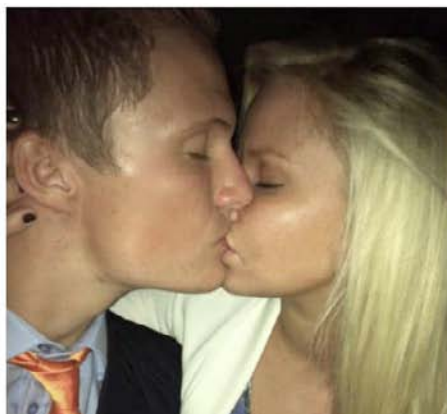
Mail

julianyland@hotmail.com

smil

Helt siden jeg skrev mitt forrige innlegg, har jeg hatt skikkelig lyst til å blogge for dere. For dere vet at som regel ordner ting seg alltid? Vel, det gjorde det for meg også – nok en gang. Jeg har gått de siste dagene å lurt på hva jeg skal dele med dere, men finner liksom ikke på noe å skrive. Har grudd meg litt, egentlig. Føler alle sammen hater meg fordi jeg har vært så slapp den siste tiden! Haha.

Et lite sammendrag av hva jeg har gjort på i det siste kan jeg fortelle dere. Skolen har startet på igjen, og så langt trives jeg kjempegodt! Har noen nye prosjekter på gang som jeg gleder meg til å dele med dere. Gleder meg også til å BLOGGE litt igjen, for tro det eller ei, jeg har savnet det litt. Etter nesten tre år med blogging hver dag blir det som en rutine!



Fra Julia Nylands blogg

livet er en stille og beskjeden jente, fremstår hun på bloggen som både «selvsikker og frimodig til å si stort sett det hun vil når hun vil det.» Bloggleseren Anniken mener at mange av de unge virker «ukritiske og veldig blottende», men at de erfarne bloggerne nok har funnet ut hva som fungerer for å få lesere, og hva som fungerer for å føle at de ikke blir altfor utleverende, slik at de kan «bevare privatlivet sitt».

«Realitybloggere»

Rosabloggere er gjerne det Ida Jackson beskriver som reality-bloggere: «De ser på seg selv som enpersons realityserier, og presenterer dagliglivet sitt gjennom et dokudramafilter» (s. 107).

Og det er kanskje ikke så dumt – ifølge tv-programmet og seertall, elsker visst folk realityshow og følelsen av å være «flue på veggen» i noen andres liv. Og en god blogger er ofte i stand til å få enhver hverdagslig og ordinær hendelse til å virke mer spennende enn den egentlig er. Det er *måten* folk forteller om det som er avgjørende for om det er interessant eller ikke, «en regel som gjelder nesten alle temaer og kulturuttrykk» (Jackson 2010 s. 84). Og akkurat som at en dokusåpe filmes dokumentarisk, men klippes dramatisk, blir bloggerens relativt ordinære liv framstilt som mer spennende, innholdsrikt og morsomt, på grunn av hennes kreative evner til å lage underholdning av enhver hendelse.

Ukens leserspørsmål

4 October, 2011



Det har tikkert inn et titalls mails fra partylystne lesere den siste tiden, hvor temaet er ball eller andre finere anledninger. Det er mye som skjer i desember og i tiden før, og enten det dreier seg om julebord, bryllup, gardeball, russeball eller tiendeklasseball, er spørsmålet det samme: Hvor finner jeg fine og litt annerledes kjoler på nett? Vel, for noen dager siden fikk jeg hjem en kjole som jeg har bestilt til et bryllup vi skal i på selveste nyttårsaften, og jeg er så fornøyd! Lars-Kristian lo godt da jeg hoppet opp og ned av glede, iført den nye kjolen min og signalrosa treningssko fra Adidas. Jeg gleder meg til sånn til å bruke den, men har ikke lyst til å vise dere helt ennå.



Innlegg fra Fotballfrues blogg

Topplisten

1. Fotballfrue [FØLG](#)
2. Therese [FØLG](#)
3. AB [FØLG](#)
4. Ulrikke Lun [FØLG](#)
5. Nette Neste [FØLG](#)
6. Voe [FØLG](#)
7. Annais [FØLG](#)
8. Livingdoll [FØLG](#)
9. Lene Orvik [FØLG](#)
10. Cath In The [FØLG](#)
11. Kristina An [FØLG](#)
12. karoline be [FØLG](#)
13. SILJE HELÉN [FØLG](#)
14. Ida Wulff [FØLG](#)
15. Alt du vet [FØLG](#)
16. martheborge [FØLG](#)
17. Rachel Nord [FØLG](#)
18. Linni Meist [FØLG](#)
19. Passion 4 b [FØLG](#)
20. camillapihl [FØLG](#)
21. Tone Damli [FØLG](#)
22. HeidiAlexan [FØLG](#)
23. Caroline Ma [FØLG](#)
24. Justin Bieb [FØLG](#)
25. Nedsig [FØLG](#)
26. DailyTunez [FØLG](#)
27. Pickles [FØLG](#)
28. Julia Nylan [FØLG](#)

Blogglisten 4. oktober 2011

Lesernes rolle for bloggerne

Leserne spiller en stor rolle for bloggerne. I intervjuene med bloggerne forteller en av dem at hun tidligere blogget fordi det var morsomt, men at hun nå er motivert av leserne og all den positive responsen hun får. En annen sier at hun er veldig glad i alle leserne sine, og ofte blir helt satt ut når fremmede folk får seg til å skrive fine ting til henne. Hun føler absolutt at hun har et nært forhold til leserne sine, og at det er de som holder bloggen gående.

Derfor er det også viktig at bloggerne går inn for å opprettholde sitt gode forhold til leserne sine. Det er for eksempel vanlig at bloggerne stiller spørsmål til leserne i slutten av innlegget, som for eksempel «Hva har du gjort i dag?», «Hva synes du om de nye klærne jeg har kjøpt?» eller «Hvilken header syns du jeg bør bruke?». Alle bloggerne kjører innimellom egne spørsmålsrunder, der leserne kan spørre om hva de vil, mens bloggerne lager egne innlegg der de svarer på flere av spørsmålene.

Heidi Alexandra skriver egne innlegg, kalt «Dagens kommentar», der hun tar utgangspunkt i smarte eller provoserende kommentarer hun har fått. Og Fotballfrue starter ofte innlegg med for eksempel «Mange av dere lurer på hvordan en vanlig treningsuke ser ut for meg» eller «Jeg får mange spørsmål om hundene mine», der hun følger opp med innlegg om etterspurte tema.

Slike type innlegg som nevnt over, er gode ideer til hva du kan skrive om når du opplever en såkalt «bloggsperre». For å holde på leserne dine, må du nemlig også gjerne poste innlegg jevnlig, og helst daglig, noe noen av dem opplever som et press fra leserne. I undersøkelsen min ble alle bloggene oppdatert hver dag. Noen av bloggene hadde i gjennomsnitt to til tre nye innlegg hver dag, men de flittigste bloggerne skrev 3–4 innlegg i snitt. Innleggene er stort sett korte (1–15 linjer), og har opptil 7 avsnitt, noe som gjør dem enkle og oversiktlige å lese.

Å bli kjent

Det er flere veier fram fram til bloggerne for leserne. Viktigste veivisere er nettsidene blogg.no og blogglisten.no, men venner og medier spiller også en stor rolle, og det samme gjør lenking mellom bloggene. Å være høyt rangert på blogglisten fører i seg selv til flere lesere. En av grunnene til at *Fotballfrue* holder seg som den mest leste bloggen i Norge, er altså at mange lesere bruker topplisten som utgangspunkt for hvilke blogger de besøker.

Bloggeren «Mari» er enig i at dette kan stemme for de aller største bloggene, men understreker at det må mer til enn som så for å holde på leserne. Selv prøver hun å ha en viss kvalitet på innleggene sine, og bruker mye tid på både å planlegge og skrive innlegg og å lese og svare på kommentarer i kommentarfeltet. «Mari» er én av mange som har forstått at folk strømmer til nettsider når de vet at de vil finne noe nytt, og passer på å poste 4–5 innlegg hver eneste dag, noe hun daglig får positive kommentarer fra leserne sine for. Både «Katrine» og «Line» (18 år) tror at de har såpass mange lesere fordi leserne liker det de skriver om og stilen deres, og har i likhet med «Mari» aldri fått mediedekning. Leserene til disse tre er derfor sannsynligvis mer «reelle» (Jackson 2010 s. 66).

Koseprat

De ti bloggerne jeg så på, får i gjennomsnitt 100–200 kommentarer hver eneste dag. Koseprat er den foretrukne kommunikasjonsformen i bloggmiljøet.

Kommentarene de får har sterk overvekt av skryt, beundring og hyggelige hilsninger. En liten del av kommentarene disse bloggerne får, er også fra andre og «mindre» bloggere, som prøver å reklamere for sin egen blogg gjennom de «store».

Som underholdning

Alle de fem bloggleserne jeg intervjuet innrømmer at de leser rosablogger hver dag eller flere ganger i uka, først og fremst av nysgjerrighet og for underholdningens del. Og det både på godt og vondt. Johanna syns for eksempel at noen rett og slett fremstår som så dumme eller er så «fantastisk dårlige» til å skrive, at bare dét er underholdende i seg selv. Bloggleseren Julie har inntrykk av at mange av rosabloggerne er såpass unge at de ikke forstår omfanget og konsekvensene av det de uttaler seg om på bloggen sin, og at de stort sett «lever i nuet» og tenker lite over at ting de sier kan bli holdt imot dem ved senere anledninger. Ingen av leserne ser opp til rosabloggerne, men innrømmer at det er naturlig for jenter å sammenligne seg med, og også å lete etter feil hos andre jenter. Likevel pleier ingen av leserne å påpeke feil hos bloggerne i kommentarfeltet deres, og bare én innrømmer å ha fått ut frustrasjon ved å skrive en hetsende kommentar til en rosablogger.

Hets

Men alle de fem bloggleserne er enige i at rosabloggere bør tåle litt hets og negative, usakelige kommentarer, selv om verken de eller noen andre fortjener det. Det er stor enighet blant de fem om at hetsende kommentarer kun er et resultat

11 kommentarer til "de to siste helgene"



katrine

13. september 2011

høres ut som du har kost deg disse dagene! 😊

Svar



Irmelin

13. september 2011

Godt å ha deg tilbake, Julia 😊 Gjett om jeg har savnet innleggene dine!

Svar



Marita

13. september 2011

Endelig tilbake! Bra du har kost deg 😊

Svar



mariell

13. september 2011

herregud som jeg har savnet deg!!!! <3

Svar



Silje

13. september 2011

Hei, Julia, jeg ville bare si at jeg synes det er fantastisk at du er tilbake., men det er bare en ting! Ikke begynn å komme med løfter nå, når du ikke greier å holde dem! Jeg vet dette virker som en virkelig kjeftete kommentar som du bare driter i. Men som sagt, ikke lov noe du ikke kan holde for det er ikke rettferdig for verken deg, eller meg! Igjen, glad for at du er tilbake;D

Svar



Iselin

13. september 2011

du er super! sinnsykt glad for at du blogger igjen 😊

Svar

Noen kommentarer til et innlegg av Julia Nyland

av sjalusi. Julie mener at evnen til å overse og ikke ta innover seg usakelige kommentarer er helt avgjørende for å klare å holde en blogg oppe over tid. Som toppblogger har du ikke bare tusenvis av fans og beundrere, du har også en hærskare av lesere som er ute etter å finne dine feil, og sette deg i et dårlig lys. Jo større bloggen din er, desto mindre menneskelig er du for leserne dine, og alle kan som kjent plukke fra hverandre hvordan kjendiser kler seg, snakker og oppfører seg, fordi de ikke blir sett på som mennesker (s. 130).

Å håndtere kommentarer

Bloggpersonaen din har mye å si for hvordan folk leser det du skriver (s. 119). Og rosabloggerne, som tilsynelatende lever bekymringsfrie liv svevende på rosa skyer, har lett for å bli oppfattet som dumme og uvitende. Derfor går det nærmest sport i å lete etter feil hos bloggerne. Bloggeren Julia Nyland blir for eksempel gjort oppmerksom på hver eneste lille skrivefeil hun har, og får dessuten ofte høre at hun har blitt tjukk, har fått for lyst hår eller minner for mye om en glamourmodell.

De fleste blogginnleggene har minst ett bilde, gjerne av bloggeren selv, men som oftest inneholder de langt flere bilder, som utfyller teksten med å konkretisere hva bloggeren har gjort, hva hun har på seg, hva hun har spist, hvor hun har vært, hvilke sminkeprodukter hun anbefaler, osv. Ida Jackson understreker at hvis du har bilder av deg selv, vil du få kommentarer på utseendet (s. 108), og ytrer du dine meninger om noe, vil mange være enige eller uenige. For eksempel raste hundrevis av unge jenter på bloggeren Tcmn fordi hun skrev at hun er blitt forelsket i og vil gifte seg med Justin Bieber bare fordi hun akkurat har sett *Justin Bieber: Never say never* på kino. Poenget de ville ha fram var at de selv faktisk hadde likt ham mye lenger enn henne. Bloggerne må bare finne seg i å bli kalt stygge, tjukke, bortskjemte, dumme, barnslige, slemme, løsaktige og sinnsyke. Bloggeren «Line» innrømmer at det kan være vanskelig å ikke la negative kommentarer gå inn på seg, spesielt hvis mange påpeker den samme «feilen». «Mari» synes det er mye lettere nå enn i starten å overse de negative kommentarene. Nå pleier hun å godkjenne negative kommentarer uten å lese dem, fordi hun har erfart at de resterende leserne som regel «starter tredje verdenskrig» mot kritikerne uten at hun selv trenger å foreta seg noen ting. «Katrine» liker derimot å provosere hetsende lesere ved å skrive hyggelige kommentarer tilbake.

Dagbok og enpersons magasin

Samtlige blogger er først og fremst offentlige *dagbøker*, der bloggerne forteller om hva de har gjort «siden sist», og hvilke planer de har. De fleste av bloggene fungerer også til en viss grad som «enpersons magasiner», som «tar for seg alle typer temaer som et tradisjonelt kvinnemagasin ville tatt opp». Klær og mote spiller en stor rolle. Flere av bloggerne viser frem hvilket «outfit» de har hatt på seg og forteller hvor klærne er kjøpt. Videre fokuserer bloggene på trening, skjønnhet og skjønnhetsprodukter; kommer med tips til f.eks. hvordan du lager en spesiell hårfrysyre eller ditt eget fotoalbum; deler oppskrifter og råd om kosthold; og anbefaler bøker, filmer, musikk og iPhone-

Topplisten

Mest lest Mest aktive BloggShout Pluss

1. Tcmn (43058)
2. Andreabadendyck (33686)
3. Sophieelise (28307)
4. Tuvaw (21286)
5. Annais (17306)
6. LØve (13771)
7. Karolineberget (11871)
8. Fannyba (11819)
9. Rachelnordtomme (10347)
10. Siljemilf (9874)
11. Linni (9250)
12. Martheborge (8879)
13. Tonedamli (8660)
14. Haawt (7292)
15. Heidalexandraolsen (7267)
16. Stinemariels (7084)
17. Hedda (5123)
18. Auroramohn (5056)
19. Marenviks (4790)
20. Carolinemaria (4668)
21. Malindus (4661)
22. Kristineam (4641)
23. Fitnessnora (4536)
24. Bibses (4485)
25. Rhenriksen (4220)

*“Lønningslisten” fra
Blogg.no 4. oktober 2011*

applikasjoner. Noen kjører konkurranser og anbefaler produkter som åpenlyst er sponset.

Inntekter

De mest vellykkede rosabloggerne mottar både sponsorhenvendelser og «lønn» fra blogg.no.

De tyve mest populære bloggerne på blogg.no får betalt etter hvilken plass på lista de ligger på. For “Maris” vedkommende, som lenge «bare» har ligget mellom 17. og 20. plass, har det betydd 2 500 kroner i måneden, men hun har nå klatret et par hakk opp på listen og forventer derfor dobbelt så stor lønning neste måned. I tillegg kan du registrere deg hos PayPerPost, og få muligheten til å påta deg ulike oppdrag fra annonsører som ønsker seg en bestemt type innlegg med en bestemt type lenke (Jackson 2010 s. 176).

Sponsing

For «Mari» gjør de flotte sponsorgavene hun mottar, det ekstra morsomt å blogge. Hun forteller at hun tidligere har hatt faste sponsoravtaler med både «Makestyle» og «Luxushair», men at hun alltid vurderer om produktene hun får tilsendt kan anbefales på bloggen eller ikke. Hun presiserer at hun aldri reklamerer for produkter hun ikke liker, da hun nødig vil lure leserne sine, som jo stoler på henne, noe hun også gir klar beskjed om til de som ønsker å sponse henne. Heller ikke «Katrine», som også innrømmer å få sponset litt, reklamerer for produkter hun ikke liker. Etter å ha lest gjennom ti forskjellige rosablogger, virker det også som det har blitt mer og mer vanlig at bloggeren understreker at hun reklamerer for et produkt fordi de virkelig liker det, eller eventuelt forsikrer om at hun ikke får betalt for å anbefale et annet, men at hun gjør det bare fordi hun ønsker å dele «oppdagelsen» sin med leserne. Slik ser man at tillitsforholdet bloggerne har med leserne sine er viktig for dem, og at de jobber for å vedlikeholde det.

Men, som Ida Jackson (2010) understreker: «alle vellykkede blogger er lidenskapsbaserte» (s. 174). Ingen orker å produsere det som i utgangspunktet er gratis innhold hver eneste dag, med mindre de trives med det. «Mari» kunne for eksempel godt tenkt seg å ha blogging som heltidsjobb, rett og slett fordi hun elsker å blogge.

Heltidsjobb

En av dem som lever av bloggingen sin er «Fotballfrue». Dette er et relativt nytt «yrke». «Fotballfrue» samarbeider med flere firma, og poster jevnlig innlegg hun kaller «Caroline tipser», der

hun anbefaler forskjellige produkter, og med liten skrift nederst i innlegget opplyser om at innlegget er sponset, noe som etter hvert har blitt påbudt for bloggerne å gjøre. I slutten av mars åpnet dessuten «Fotballfrue» nettbutikken sin, *Treasures*, der hun bestiller inn og videreselger diverse accessoarer. I tillegg tar fotballfruen diverse andre oppdrag, og har iløpet av 2011 blant annet bidratt til en nett-tv-serie sammen med Trine Grung, og begynt å blogge for blogg-magasinet *blogit.no* ved siden av sin egen blogg.

Avhengighetsskapende blogging

Også Ida Wulff, som er en av de «eldste» og mest kjente bloggerne, har inntil nylig levd av inntektene hun har fått av bloggen.

Nå har hun imidlertid fått seg en fast jobb ved utdannings-selskapet EF, i tillegg til at hun skriver en fast spalte for motemagasinet *DetNye*, og bloggehyppigheten hennes har avtatt sterkt. Det kan gå flere dager mellom hvert blogginnlegg, og bloggen hennes bærer preg av typiske «bloggsperre-triks». Ifølge Ida Jackson (2010) er eksempler på slike «å dele favorittsangene sine med leserne», «å lage diverse lister», og «å skrive anmeldelser/anbefalinger» (s. 210–213), noe man finner mye av på Ida Wulffs blogg, i tillegg til flere oppdateringsinnlegg det nærmest virker som hun føler seg tvunget til å skrive.

Det kan på mange måter virke som om Ida Wulff begynner å bli lei av å bruke tid på å blogge, og for tiden bare blogger for lesernes del. Så hvorfor slutter hun bare ikke? En viktig grunn er kanskje det at blogging rett og slett er avhengighetsskapende, slik Scott Rosenberg er inne på i sin bok *Say Everything. How blogging began, whats it becoming, and how it matters* (Crown Publishers, New York 2009:17). Og det er neppe inntektene og godene Ida er mest avhengig av. Man blir rett og slett avhengig av å dele sine opplevelser «rundt leirbålet sitt» til «stammen som liker å sitte og høre på» (Jackson 2010:60), og av å motta respons og støtte fra den. Og når man har holdt på i så mange år som Ida Wulff har, er det nok ikke like lett å bare slutte. Men det skal selvfølgelig ikke utelukkes at hun fortsetter på grunn av at de materielle godene er «lettjente», og kommer godt med.

Produktplassering

Bloggleseren Johanna forteller at av rosablogger lærer hun om gode sminkemerker og hva som er «hot or not» for øvrig. At folk stoler mer på bloggerne enn de tradisjonelle mediene er noe som også reklamebransjen har blitt smertelig klar over



mens vi venter...

Skrevet 02.10 2011 av Ida

... Kan dere shoppe til dere dropper. For et par dager siden ga jeg dere 10% på de rosa sminkeveskene fra Lulu's, og nå er det 5 timer igjen av rabatten. Nå gjelder den for HELE Makestyle, så dere får 10% rabatt på alle varene der. Altså fram til midnatt.



Får veldig mange spørsmål om hvordan jeg bølger håret mitt. Har jo fått meg ny yndlingsveis. Har hatt bølgetangen i flere år, men liksom aldri brukt den - nå derimot, HVER dag! Bølgetangen er også fra Makestyle, så i kveld kan dere få rabatt på den og. Dere finner den [her!](#)



wok & stripping

for å løfte festen et par hakk

forever sweet 21

PS

mens vi venter...



annons

GROUPON

Velvære-Groupons

Sauna opptil 70%*	Massasje opptil 70%*	Terme-Bad opptil 65%*

Til Dealene ▶

*Eksempel på kommende deal.

October 2011

September 2011

Fra Ida Wulffs blogg

de siste årene. «At noe snakkes om, er bedre markedsføring enn digre Clear Channel-tårn. At noe skrives om på nett, er enda bedre markedsføring enn at noen snakker sammen: Det er en samtale med en ubegrenset mengde lyttere, lyttere som kan spre ordet videre» (Jackson 2010 s. 171). Som blogger er du derfor svært interessant for reklamebyråene. «Produkt-plassering er den store greia innen norsk blogging om dagen» (Jackson 2010 s. 178), og toppbloggerne får tilsendt både premierebilletter og sminkeprodukter fra forskjellige firma, som ønsker å få omtale for produktene sine. Men å takke ja til for mye produkt-plassering er ikke bra for det Ida Jackson (2010) kaller *whuffien* – lenker, positiv omtale, mange kommentarer og mange entusiastiske tilhengere (s. 173) –, noe både Julia Nyland og «Fotballfrue» får erfare. Begge disse får nemlig en del negative kommentarer fra leserne sine om at de poster for mange sponsede innlegg. Leserne kan fort føle seg «forbigått», og få inntrykk av at bloggerne kun blogger for å reklamere for produkter og tjene penger. Som leser er det ikke alltid like lett å vite om bloggeren skriver om et produkt fordi hun liker det, eller fordi hun får penger for å skrive om det (Jackson 2010 s. 177).

Skadelig påvirkning?

Ifølge en undersøkelse gjort av Bloggads i 2004, mener 60 prosent av blogglesere at bloggerne er ærligere, og dermed mer troverdige kilder enn tradisjonell presse (Jackson 2010 s. 104). Rosabloggere er store forbilder for mange, og må

+ Følg bloggen med [bloglovin](#)

28265 LESERE
6. Plass
BLOGGURAT

BLOGGLISTEN

Kategoriene

- Beauty
- Fashion
- Hemmeligheter
- Hverdag
- Konkurransen
- Kosthold
- Makeup tutorial
- Mobilblogg
- Outfit
- Spørsmål
- Ukens it!
- Videoblogg

Kategorioversikt fra *Life of Barbie*

derfor regne med at mange av leserne deres, og spesielt de yngre, ønsker å være og gjøre som dem. Bloggernes generelle fokus på kropp og utseende kan derfor være uheldig for unge lesere. Heidi Alexandra skriver for eksempel tvetydig om hvordan hun lever på 400 kalorier om dagen i det ene innlegget og spiser godteri og hamburgere flere ganger i uka i et annet. Tcmn, som er svært undervektig, har en tendens til å kalle seg selv for «tjukking» fordi hun spiser så mye godteri. Med dette mener hun ikke at hun ser tjukk ut, men snarere at hun spiser som om hun skulle vært det. Dette er imidlertid ikke like tydelig for alle leserne hennes, og hun blir flere ganger irrettesatt i kommentarfeltet etter slike uttalelser.

Ikke alle forstår at mange av bloggerne bruker mye tid på å planlegge klær og sminke før de tar bilder til bloggen sin, og at de kanskje tilogmed bruker Photoshop for å «pynte litt på sannheten». De fleste rosabloggerne er selv i en alder der selvtiliten ikke alltid er på topp, og de trenger bekreftelse fra andre, spesielt på utseendet. Derfor kan det være fristende å skrive på bloggen sin at man føler seg stygg eller tjukk, for at leserne skal kommentere at du er det motsatte.

Å være forbilde

Men noen bloggere tar heldigvis rollen som forbilde mer alvorlig. Fotballfrue er for eksempel en av representantene for kampanjen «Ansikt mot mobbing», som ble lansert 12. april 2011. I den forbindelse skrev hun et innlegg om digital mobbing for *blogit.no* (som hun også linket til fra sin egen blogg). Her forteller hun om at hun for første gang i sitt 24-årige liv blir mobbet, og det over nettet, og ber folk tenke på at bloggere også er mennesker av kjøtt og blod, med følelser. I tillegg til at hun gjør seg «menneskelig» og sårbar, bidrar hun på denne måten også til holdningsskaping blant sine fans, som ser opp til og hører på henne. Bloggeren «Mari» sier at hun daglig får kommentarer fra leserne sine om at hun er noens forbilde, og tenker igjennom hva hun må skjerme leserne sine for. Hun fraskriver seg blant annet å reklamere for nettspill eller kasino på bloggen sin, og unngår også å nevne «de vildeste ting som skjer på fylla». Bloggleseren Marja finner inspirasjon i mange av rosabloggernes drivkraft og stå-på-evne.

Å provosere

Life of Barbie skiller seg på mange måter ut fra de andre bloggene jeg har analysert, ved at forfatteren Heidi Alexandra drar den stereotypiske «blonde og dumme» rosabloggeren ut til det ekstreme; til full provokasjon for rosablogglesere som er ute etter å lære noe. Uanfektet legger hun ut i det vide og det

brede om babymatdietten sin, og sine meninger om at folk som bruker crocs er dårlige mennesker eller at hun synes det er dårlig gjort av «folk fra Somalia» å voldta norske jenter når de faktisk får bo i landet vårt. Hun bruker slang-ord, som «lol», «omg» og «serr» i hvert eneste innlegg, og legger ikke skjul på at hennes største bekymringer i livet dreier seg om utseendet. Hun viser ikke tegn til å tenke spesielt mye over hvilke konsekvenser formuleringene hennes kan få, og det kan diskuteres om hun nettopp er ute etter å provosere. Ifølge Ida Jackson (2010) er mangelen på øyeblikkelig respons regnet som en av hovedgrunnene til at folk oppfører seg annerledes på nett enn de gjør i andre sammenhenger (s. 127). Det kan altså tenkes at Heidi Alexandra rett og slett ikke tør å være seg selv, for eksempel i redsel for å virke for kjedelig eller ordinær, og derfor har utviklet denne provoserende bloggpersonaen med det viktigste målet å få en form for respons. At det er «bedre med en reaksjon enn ingen reaksjon» (Jackson 2010 s. 127).

I annenhvert innlegg skriver hun om diverste dietter hun går på, og i de resterende om at hun har gjort et unntak den dagen, og spist godteri eller fet mat. Og leserne hennes raser. Faktisk så er 405 av de 718 kommentarene jeg registrerte at hun hadde fått den uken jeg observerte henne, negativt ladet. Mange prøver å fortelle henne hvor dum hun er som åpenbart «skriver uten å tenke først», men også en betydelig del av kommentarene hun får er helt usakelige og går direkte løs

Innlegg fra Life of Barbie



Nå blogger jeg ... Nens jeg vispet egedosis!

Jeg vinner !!!?





Annonsør fra Google

Unike og Eksklusive Klær
Espesialister på mote med unike design og beste kvalitet.
www.yfashionworld.com

på utseendet hennes. En av kommentarene til innlegget hennes om hvor stygge crocs er, lyder: «du er så jæææææææævla stygg! Blir helt kvalm av å se på bilder av deg!! jævla albino, stygt hår, stygg kropp, du tror du er sykt kul og populær (noe du ikke er, lang ifraa!) bare stikk, ingen liker deg!».

Dum eller smart?

Man kan forestille seg hva slike kommentarer – og i Heidi Alexandras tilfelle er det mange av dem – gjør med en 17 år gammel jente. Toppbloggeren Emilie Nereng, kjent som Voe, la som kjent opp sin bloggkarriere nettopp på grunn av at hun ikke taklet flere hetsende kommentarer. Forskjellen på Voe og Heidi Alexandra, er at Voe ikke gikk inn for å provosere leserne sine. Heidi Alexandra bryr seg tilsynelatende ikke noe særlig om den hetsen hun får, og lager gjerne egne innlegg der hun legger ut negative kommentarer hun har fått, og enten ler («hahaha») eller skriver noe enda mer provoserende tilbake. Om grunnen til at hun ikke tar seg nær av stygge kommentarer, er at hun er dum, som ikke tenker bedre igjennom hvordan hun fremstiller seg selv, eller at hun er smart, som forstår at usakelige kommentarer kommer fra sjalu personer med dårlig selvtillit som har behov for å få ut frustrasjon, er ikke godt å si. Men én ting er sikkert: folk kan være så uenige, slemme og usakelige de bare vil – men «du kan ikke få folk til å holde kjeft» (Rosenberg 2009 s. 29). Heidi vil fortsette med å si det hun vil, slik hun vil. Og, som mange av Heidi Alexandras beundrere (ja, for hun har det óg) minner de illsinte kommentatorene på: du MÅ ikke lese det.

Oppsummering

Å drive en blogg, er i første omgang en måte å utfolde seg selv på. Unge jenter kommer til bloggverdenen og forstår at de kan være hvem de vil, og dermed kan framheve sine beste sider. De er ofte svært selvopptatte, og trenger tilbakemeldinger og bekreftelse både på utseende, meninger og livsstil. Og nettopp denne positive responsen viser seg å være hovedmotivet for å blogge. En blogger vil alltid motta en viss del negative kommentarer, gjerne usakelige og hetsende, fra lesere som er ute etter å finne hennes feil og å få utløp for sin egen frustrasjon og dårlige selvtillit gjennom kommentarfeltet på bloggen hennes. Likevel ser det ut til at de mest vellykkede bloggerne klarer å overse og ikke ta seg nær av disse, og at all den positive responsen veier opp for den negative. Unge jenter ser ut til å være generelt veldig hyggelige mot hverandre, og den fortrukne kommunikasjonsformen på *bloggøya* ser ut til å være koseprat, i form av skryt, trøst og hyggelige hilsener.

Selv om sponning og litt inntekter er en ekstra motivasjonsfaktor for å blogge, tenderer altså forholdet til leserne å være det viktigste for mange bloggere, som ofte bruker mye tid på bloggen sin for å behage leserne sine. Selvfølgelig er det viktig med mange lesere, for å ligge på topplista og dermed være mer attraktiv for mange sponsorer, men det viser seg at det kan være desto viktigere med høye lesertall og mange kommentarer for selvfølelsen sin del. For noen er høye lesertall og kommentarer i seg selv det viktigste, selv om responsen er negativ, slik som Heidi Alexandra Olsen, som er mest kjent for provoserende utsagn og meninger. Men de fleste er ute etter positiv respons, og de strekker seg langt for å være et godt forbilde og for å opprettholde et godt og tillitsfullt forhold til leserne sine.