



LUNDS
UNIVERSITET

Centrum för genusvetenskap
GNVK01
Ht-08

Drop Dead Gorgeous

- en analytisk studie av bilder i svenska modebloggar

Författare: Pernilla Håkansson
Zandra Steffert

Handledare: Kerstin Sandell

Innehållsförteckning

1. Inledning	s. 4
2. Syfte och frågeställning	s. 6
3. Tidigare forskning	s. 6
3.1 Medias betydelse	s. 7
3.2 Kvinnokroppen kontra fotomodeller och kroppsideal	s. 8
4. Teoretiska utgångspunkter	s. 9
4.1 Tema 1: Kvinnokroppen och kroppsideal	s. 11
4.2 Tema 2: Medias påverkan	s. 12
4.3 Tema 3: Bildeffekt	s. 13
5. Material och metod	s. 15
5.1 Bloggmaterial i form av bilder	s. 15
5.2 Bloggmaterial i form av läsarkommentarer	s. 16
5.3 Intervjuer av blogginnehavare	s. 16
5.4 Metod för analys av materialet	s. 17
5.5 Kroppsretorik	s. 18
5.6 Tilltalsteori	s. 19
5.7 Metod för att analysera skriftliga intervjuer	s. 19
6. Analys	s. 19
6.1 Modebloggar och bilder	s. 20
6.2 Sammanfattning	s. 23
6.3 Modebloggar och kommentarer	s. 23
6.4 Sammanfattning	s. 26
6.5 Modebloggar och kroppsideal	s. 26

6.6 Sammanfattning	s. 33
6.7 Modebloggares reflektioner kring kroppsideal	s. 34
6.8 Sammanfattning	s. 37
7. Slutsats	s. 38
8. Litteraturförteckning	s. 42
8.1 Tryckta källor	s. 42
8.2 Otryckta källor	s. 43
9. Bilaga 1	

1. Inledning

I det västerländska samhället anses det vanligt med skev kroppsuppfattning och funderingar kring den egna kroppen bland ungdomar. Det förekommer också hos vuxna men allt som oftast inte i samma utsträckning eller på likartat vis. I ungdomsålder är man i regel osäker på vem man är och hur man ska agera för att passa in i en samhällelig kontext – oron och den inre osäkerheten kan ibland bli så stark att hela den egna personen blir ett negativt *jag*. Då människor ständigt matas med mediala bilder och beskrivningar på hur en allmänt uppfattad ”perfekt” människa ska se ut är det å andra sidan inte en egendomlig företeelse att osäkerheten fortgår bland ungdomar. Både män och kvinnor utsätts i hög grad för en provokation av skönhetsideal från media - kvinnor något mer än män. Reklambilder, musikvideor och tv-program framställer i de flesta fall kvinnor som vackra, avklädda och sexiga med stort självförtroende och även om de flesta är medvetna om att bilderna avspeglar en falsk illustration av verkligheten finns en underliggande fixering över huruvida man ska och inte ska se ut för att bli accepterad som vacker och tilltalande som kvinna. Vid jämförelse med sig själv och bilderna är det ofta lätt att hitta fel på sig själv, då utseendet är det

man möter vid första anspråk med nya människor¹.

Vi kommer ta avstamp i ovanstående tankegångar kring kroppen då vi menar att den generella bilden av kroppens betydelse i samhället är väsentligt i vår uppsats, där vi ämnar analysera renodlade (svenska) modebloggar som en del av den moderna mediala kontexten och undersöka dess skapande av kroppsideal. Vår frågeställning är indelad i tre delar, där vårt huvudsakliga syfte är att undersöka vilka kroppsideal som råder i svenska modebloggar. De övriga två delarna ämnar urskilja åsikter kring kroppen bland läsarkommentarerna samt visa bloggarens eget perspektiv på sin roll som modebloggare.

Ordet blogg härstammar från den ursprungliga vokabeln *webblogg* eller engelskans *blog* och bedrivs som en dagbok vilken regelbundet publicerar bilder, texter och anekdoter om sig själva eller sina intressen på Internet². Bloggfenomenet uppkom 1994 och har därefter ökat i omfattning. Technorati utkom år 2007 med en artikel som visar att det dagligen startas omkring 120 000 bloggar.³

¹<http://www.sjukvardsradgivningen.se/artikel.asp?CategoryID=22483>, 21 juli 2008

² <http://www.wpr.se/radgivning/bloggar/vad-ar-en-blogg/>, 25 juli 2008

³ <http://technorati.com/weblog/2007/04/328.html>, 26 december 2008

I dagsläget är det mycket vanligt med temabloggar som bedrivs av enskilda eller grupper av personer som alla fokuserar på ett ämne eller fenomen i samhället – mode har häribland blivit synnerligen populärt och ordet modeblogg har i dagsläget blivit ett högt vedertaget uttryck. Modebloggarna har på rak arm ersatt en del av det svenska medieutbudet i pappersformat med snabb kommunikation, trender och expertis över Internetsfären där tips, *dagens outfit* och bilder på fotomodeller producerar en nätburen tidning. Till detta hör ibland hundratals kommentarer från läsare som beundrar och avundas dem med förtjusta tillrop, samtidigt som många av bloggerna får utstå personliga påhopp om sina kreativa stilar och kroppsformer⁴. Detta väckte vår uppmärksamhet med särskild hänvisning till *dagens outfit* där man genomgående kan se att kvinnor, ibland flickor, intar vissa positioner, så kallade *bloggposer*, för att ta de mest estetiskt utmanande och tilltalande, men även smickrande bilderna. Vi anser att momentet med *dagens outfit* kan jämföras med en mindre *photoshoot* som genomförs inom det certifierade modellyrket vilket gör det intressant i samband med den

⁴<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=1637&a=350384&viewAll=true>, 28 juli 2008 och http://www.e24.se/branscher/reklammedia/artikel_759165.e24, 10 november 2008

allmänna illustrationen av en allmänt sett *perfekt* kvinna.

Flertalet modebloggar ökar i omfång och läsarantalet växer sig starkare för varje vecka. Enligt bloggtoppen.se har den för veckan populäraste modebloggen cirka 20.000 unika besökare dagligen⁵ vilket tyder på ett högt antal människor att påverka med sina bilder och texter. Genom modebloggar är det möjligt att sprida information och utbyta åsikter kring diverse ämnen, och vi ser Internet som en av de största möjligheterna att påverka människor i snabb takt i modern tid. Vi finner det därför intressant att undersöka vilken möjlighet modebloggar utgör som normbildande i samband med ideal kring den kvinnliga kroppen.

Vi menar i sammanhanget att en modeblogg med stor läsarkrets äger rätten att påverka sina läsare och därigenom finner vi det också intressant på vilket sätt påverkningen äger rum. Vi syftar således att undersöka hur modebloggar fungerar som normbildande fenomen samt hur läsare via läsarkommentarer reagerar på det material som produceras. Vi skriver in vår uppsats i kontexten att modebloggar har betydelse för skapandet av ideal, då dess tillgänglighet påverkar och influerar

⁵ <http://www.bloggtoppen.se/kategori/mode/>, 28 dec. 2008

en stor mängd människor i dagligt möte med Internet. Detta innebär inte att vi är av den uppfattningen att media således påverkar *alla* användare av Internet, utan vi ser detta som en personlig upplevelse vilket också har påverkat vårt arbete i den mån att vi fått begränsa vår frågeställning efter vad som kan anses rimligt för oss att kunna besvara.

I avsnitt tre och fyra följer en kort genomgång av tidigare forskning kring tendenserna om bilder och skapandet av kroppsideal bland unga kvinnor samt teoretiska utgångspunkter i form av teman. Vidare följer en översiktlig bild av vårt material och de metoder vi har tillämpat i avsnitt fem. I avsnitt sex tar analysen vid som uppvisar bilder och kommentarer hämtade ur modebloggarna med tillhörande diskussion och analys som befäster ansatsen om uppkomsten av kroppsideal. Avslutningsvis tillkommer en slutdiskussion som ämnar besvara vår frågeställning och tankar kring projektet.

2. Syfte och frågeställningar

Vi har för syfte att undersöka vilka kvinnliga kroppsideal som råder i svenska modebloggar. Genom att studera bloggar och analysera läsarkommentarerna vill vi försöka bilda en uppfattning om vilka ideal som genomgående råder i utvalda

modebloggar. Detta vill vi i huvudsak göra för att få ökad förståelse kring i vilken utsträckning modebloggarnas bilder kan tänkas påverka och uppfattas av den kvinnliga läsaren i utläsningen av läsarkommentarer.

Fokus hamnar därmed på de mest utmärkande bilderna inom varje kategori där kroppsideal kan tänkas förekomma. Detta hamnar i sammanhanget inom fenomenet *dagens outfit* där vi vill se hur läsarna reflekterar kring bilderna på bloggarens egna kropp, men fokus kommer även ligga på modellbilder. Inom båda genres föreligger bildtext och kommentarer som en viktig aspekt för att få synvinklar från såväl bloggare som läsare och länken däremellan. Tyngdpunkten för analysen kommer således ligga på bilderna med tillhörande bildtext och kommentarer, vilket leder oss in på följande frågeställning:

- *Vilka kroppsideal råder i svenska modebloggar?*
- *Vilka åsikter kring kroppen går att urskilja bland läsarkommentarerna?*
- *Hur ser modebloggaren på sin egen roll i sammanhanget?*
- *Återspeglas modebloggarnas åsikter i modebloggens bilder, utifrån de svar de lämnat i intervjuerna?*

3. Tidigare forskning

Då bloggar får anses relativt nytt som medialt uttryck är forskning kring den mycket begränsad vilket har försvårat arbetet i att kartlägga bloggans effekt på individnivå. Vi har därmed tvingats vända oss till tidigare forskning som hanterar media i sin generella form samt kvinnokroppens betydelse och skapandet av ideal kring den. Forskningen som bedrivs kring ämnet media, skönhet och ideal bekräftar ett samhällsligt synsätt att skönhet och utseende utgör en stor del av de kulturella värderingar som återfinns i daglig samvaro med andra människor, och därmed ter det sig oundvikligt enligt oss att inte påverkas av de ideal som föreligger kring skönhet och kroppsformer i modebloggar.

3.1 Medias betydelse

Carolyn Kitch bedriver forskning kring hur kvinnor påverkas av omslagskvinnor till modemagasin, och skriver att människor påverkas av bilder och text i media på så sätt att en åsikt direkt skapas och utvecklas till den information människor tar del av, och utifrån detta blir produktion av ideal möjligt. Generellt menar Kitch att den medieforskning som görs kring ämnet syftar till att kvinnor som publiceras som omslagsflickor sätter standarden för hur en

kvinnor bör se ut för att vara så åtråvärd som möjligt, då läsaren lockas till att köpa tidningen för att i gengäld ta del av en glamourös värld där endast få är inbjudna. Kitch utvecklar detta då hon säger att en omslagsflicka symboliserar det ouppnåbara vilket lockar köparen i slutändan. Enligt denna tes lockas människor av möjligheten att uppnå det *perfekta*, och litar på att media återspeglar en bild av den *perfekta* kvinnan eftersom merparten av människor antas anse att ansiktet/kroppen utåt för en tidning (eller som i vårt fall en blogg) är eftertraktansvärt.⁶ På samma sätt som den heterosexuella mannen antas uppskatta en viss typ av kvinna förväntas merparten av alla människor att vilja leva upp till ideal som är skapade för både den kvinnliga skönheten och den fysiska kvinnokroppen - vilka på många sätt finns representerad i olika former av mediala uttryck. Tv – och filmbranschen är en stor del av det medieutbud som finns, och även då det inte berör vårt ämne direkt så är den forskning som bedrivs kring TV:ns förmåga att skapa ideal intressant att ta del av, samt sätta i samband med skapandet av ideal utifrån användande av media i vardagen. Ett utav fokuset är skapandet av ”omöjliga kroppar” inom filmindustrin i U.S.A, varvid en undersökning har gjorts kring den makt som filmer har över publiken.

⁶ Kitch (2001), s. 3-7

Holmlund menar att det är en nästintill omöjlighet att se en film och inte påverkas av innehållet eller människorna då den gestaltar den ”omöjliga bilden” av den perfekta kvinnan och mannen, vilket är en parodi på den egentliga människokroppen. Holmlund menar här att filmindustrin skapar ett eget ideal genom att använda sig av allmänt ansedda vackra människor som medel för att uppmåna och locka en eventuell publik att se en specifik film.⁷

3.2 Kvinnokroppen kontra fotomodeller och kroppsideal

Media producerar dagligen bilder och artiklar om kvinnliga modeller, vilket samhället som det publiceras erbjuds ta del av. Kvinnokroppar ömsom hyllas och ömsom kritiserar för sina tråds mala kroppar i såväl tidningar som tv. Ann Frisell-Ellburg kom under år 2008 ut med avhandlingen *Ett fåfängt arbete* som genom studier av modeller resonerar fram att den ideala (svenska) modellen är lång, blond, sund. Hon observerar även att den svenska kvinnan, till skillnad från sina östeuropeiska kollegor, ofta framställs som ordentlig, respektabel, hälsosam och sund i allmän mening. Namn som nämns i sammanhanget är kända modeller så som Mini Adén, Emma Sjöberg och Caroline Winberg som alla har ett stilla leverne där

⁷ Holmlund (2002), s.3-12, 15-21

de lever efter ett medelklassideal och inte enbart satsar på karriären utan likväl ett familjeliv⁸. En vanlig föreställning bland mediekritiker är att ideal produceras utifrån en säljprodukt som via bilder på modeller ökar dess intresse. Sociologen Pierre Bourdieu framställer modeller som negativa symboler för konsumtionssamhällets kroppsliga krav på människor och menar i sin förlängning att modeller frambringar fysiska ideal vilka orsakar en kroppslig skam för dem som inte kan nå upp till idealen⁹. På liknande sätt kritiserar Barbro Backberger modeindustrin och dess föregångare (tidningar, fotografer) för att otillbörligt dra nytta av kvinnors osäkerhetskänslor, vilket förstås utifrån att tidningarna använder modellbilder för att få en ökad provision och försäljning genom att visa upp bilden av en perfekt kvinna sett ur samhällets ögon.¹⁰ Detta menar hon skapar en eftersträvan bland merparten av kvinnor att imitera bilden, vilka kommer vilja köpa de produkter som uppvisas i sammanhanget. Sandra Bartky arbetar utifrån samma föreställning att företag som framställer produkter eller bilder idealiserar den feminina kroppen och uppmuntrar kvinnor till narcissistisk tillfredställelse genom att ägna sig åt sitt

⁸ Frisell-Ellburg (2008), s. 168-172

⁹ Bourdieu (1986), s. 136-150

¹⁰ Backberger (1966), s. 23-28, 53-59

utseende. Enligt Bartky går komplexet ut på att nedvärdera kvinnans kropp, där bilder som exponerar den perfekta och vackra kvinnan påminner den kvinnliga publiken om hur de misslyckats att leva upp till dessa ideal¹¹.

Att tidningarnas modereportage påverkar de kvinnliga konsumenterna negativt beträffande kroppsideal kritiserar även av Betty Friedan, som redan på 60-talet påpekade att magra modellers uppenbarelse i modemagasin gav uppmuntrande till den kvinnliga publiken att banta för att uppnå de föreliggande kroppsidealerna¹². Enligt lingvisten Robin Tolmach Lakoff och litteraturvetaren Raquel Sherr är omslagsflickan en representant för allt kvinnor önskar vara – i mötet med dessa bilder tvingas kvinnor att konfrontera sina fysiska ofullkomligheter, begär, frustrationer, fantasier och sin verklighet – bilder som inger falska löften om att kvinnors egna brister kan förbättras genom kosmetiska och skönhetsingrepp¹³.

Maria Jacobsson beskriver en liknande bild av modellyrket, där vikt ligger vid ovanstående teser och yrkar på att medier framhåller skönhet som ett krav och att kvinnor därmed bör förstå sitt eget bästa

och göra vad de kan för att uppfylla de rådande idealen. I media framställs kvinnokroppar och utseende som ett problem, där exempelvis rynkor och celluliter är hot som måste motarbetas. I takt med studiens start uppmärksammas medias bilder av smala, undernärda kvinnor, där måltavlan är att undernärda kvinnor skapar ätstörningar hos den yngre generationen kvinnor, samtidigt som det skapar en norm för kvinnors kroppsstorlek. Det som tidigare varit normalvikt anses nu vara övervikt. Att bejaka sin kvinnlighet menar Jacobson, kan med andra ord innebära att förändra den med hjälp av skönhetsingrepp, bantning, smink och andra metoder som betraktas vara ämnade för kvinnor och därigenom uppfattas som kvinnliga. Media blir således ett hjälp- och läromedel i hur man ska te och uppföra sig som en ”feminin” kvinna¹⁴.

4. Teoretiska utgångspunkter

Vi kommer ta avstamp i teorier och studier kring skapandet av kvinnokroppens ideal, där vi gör vår ansats i de förståelser som beskrivs för att tolka medias betydelse i samband med produktionen av ideal kring den kvinnliga kroppen. Om än vi inte ämnar göra en jämförelse mellan könen, utan enbart en kartläggning av ideal hos kvinnor är vi införstådda med det faktum

¹¹ Bartky (1990)

¹² Friedan (1968), s. 25-52

¹³ Lakoff & Sherr (1984), s. 69-70

¹⁴ Jacobsson, (2004), s. 35-39

att samhället särskiljer på män och kvinnor inte enbart utifrån kön utan såväl ur ett perspektiv på sociala attribut så som ålder, hälsa och utseende. Maud Eduards skriver att egenskaperna som kvinnokroppen förknippas med är samlade till ett område och är snarare en koppling till yttre faktorer samt sexuell njutning till skillnad från de egenskaper som tillskrivs mannen, där hans intelligens upphöjs i enlighet med de värderingar som påträffas i moderna samhällen.¹⁵

De relevanta teoretiska utgångspunkterna för vårt projekt täcker tre teman – kvinnokroppen och ideal, medias påverkan samt bildeffekt. *Det första temat* grundar sig i en diskussion kring skapandet av ideal kring kvinnokroppen. Vi kommer använda oss av Maud Eduards som bidrar till det teoretiska fältet genom sin inställning att kvinnokroppen med anledning av dess sociala status löper risk för att reduceras till ett objekt och menar även att historiska aspekter ligger till grund för attityder kring kvinnokroppen, där hon menar att kriterier som direkt härleder till fysiska attribut fortfarande är av vikt i skapandet av en ”riktig” kvinna. Men även Cecilia Åse, Simone de Beauvoir, Germaine Greer och Ann Frisell-Ellburg bidrar med viktiga åsikter, vilka alla syftar till den kvinnliga

kroppens sårbarhet och tillgänglighet för förtryck och ideal kring den fysiska kroppen.

Det andra temat behandlar teorier kring medias påverkan samt hur idealbildning möjliggörs genom användning av media. Vi använder här media som allmänt begrepp dit vi räknar modebloggar. Karin Ekman bidrar till fältet genom hennes antagande om att det skapas skilda medier beroende på tilltänkt publik, vilket även Anja Hirdman skildrar då hon skriver att media ser på publiken som två poler med olika intressen. Vi ser detta som en viktig del av idealskapandet då medier i ett tidigt skede bestämmer vad som är kvinnligt respektive manligt, och vad som är lämpligt att läsa för respektive grupp. Vi kommer även använda oss av Carolyn Kitch teori kring skönhet som beundransvärt, och hur detta påpekar människor i kontakt med media. Vi menar att modebloggarnas storhet bygger på att det finns en tillgiven publik som uppskattar bloggen och dess producent. Det är också genom publiken som bloggaren hyllas eller kritiserar. Vi kommer att teoretisera detta genom Karin Ekmans teori som utgår från att tidningar och övrig media skapar ideal genom att förmedla en bild av hur saker och ting egentligen ligger till. Hon menar att många medier surfar på vad hon kallar

¹⁵ Eduards (2007), s.15

”vi avslöjar hur det skall vara”-vågen, vilket skapar en *vi* och *dem*-värld, där samhället delas upp i de som följer ideal och de som står utanför. Ekman menar vidare att ”en tidning med en genomsnittlig veckouppplaga på 100 000 exemplar och ambitionen att spegla attityder och trender och tillgodose behov äger också rätten att skapa *dem*”¹⁶. Ekmans teori bidrar teoretiskt med en uppfattning om bildens och textens innebörd och dess starka förmåga att påverka och skapa en relation till publiken. Bilder från såväl tidningar som bloggar speglar en sanning ur någons personliga perspektiv och uppvisar en stark illustration för vad *de* anser vara ett sanningsenligt faktum inför varje genre – oavsett om det rör moderrelaterad information eller inte.

Det tredje temat belyser bildeffekt och med det menar vi den effekt som en bild kan ge upphov till då den når en mottagare. För att illustrera text- och bildeffekt har vi lånat bilder från en uppmärksammat kampanj mot anorexia som offentliggjordes 2007 i Frankrike i protest mot modeindustrins smala kvinnokroppsideal. Det bör tilläggas att vi har gjort nödvändiga justeringar för påpeka den effekt som en bild samt text kan ge

¹⁶ Ekman (1998), s. 42

upphov till.¹⁷ Vi kommer ta stöd av Karin Ekman som för en diskussion kring effekten av uppvisandet av den smala modellkroppen i media.

4.1 Tema 1: Kvinnokroppen och ideal

Maud Eduards, professor i statsvetenskap, skriver att *den som reduceras till objekt förlorar ytterst sin mänsklighet*. Eduards menar därmed att kvinnokroppen på grund av dess utsatthet löper stor risk för både objektifiering och förtryck, då kvinnokroppen alltigenom ses som en avvikelse alltmedan mannen betraktas som den naturliga överordnaren med anledning av dess dominerande fysik och därmed även förefaller sig som den starka och överlevande. För att en kvinna ska ses som likvärdig med mannen är det ett krav att hon har kvaliteter som samhället uppfattar som maskulina.¹⁸ Vi utgår i likhet med Eduards från att kroppen är vårt skal och genom den socialiseras, värderas och accepteras människor inom olika kretsar av samhällskiktet. Kvinnokroppen representerar femininitet, sensualism, sexualitet, fortplantning, lust, moderlighet

¹⁷ Bild i exempel 2 är originalbilden för kampanjen. Bilderna är hämtade från http://lnw.image.cbslocal.com/0/2007/09/26/320x240/images_sizedimage_269175653.jpg. 30 november 2008

¹⁸ Eduards (2007), s. 13-28

och ömhet, vilka alla direkt relaterar till den fysiska kroppen. Vi ser detta som en av huvudanledningarna till den kroppsfokusering som ideligen pågår kring den kvinnliga kroppen, och menar att då kvinnans egenskaper ständigt sammankopplas med fysiska attribut blir också ideal kring kroppen lättare att skapa. Att skapa en norm kring vissa typer av kroppar innebär att en bestämd sort av utseende värderas högre än något annat och i enlighet med övergripande västerländska värderingar bedöms skönhet som något mycket dyrbart då dess makt anses outtömlig. Statsvetaren Cecilia Åse skriver följande: ”för kvinnor är möjligheten att förvandlas till objekt ständigt närvarande”¹⁹ och menar att den fysiska kvinnliga kroppen allt som ofta begränsar kvinnor i deras handlingsutrymme genom att hänvisa till den biologiska kroppen och kvinnors naturliga uppgifter alltmedan de processorer som definierar kroppen som given, oföränderlig och apolitisk förblir dolda. På så vis gestaltas kvinnlig underordning i den kvinnliga kroppen. Simone de Beauvoir framställer denna problematik genom att påpeka: *kvinnan är liksom mannen sin kropp, men hennes kropp är något annat än hon själv*²⁰, vilket

¹⁹ Åse (2000), s. 9

²⁰ de Beauvoir (1949), s. 33-34

vi förstår utifrån att de yttre föreställningarna i det här sammanhanget tar överhand över kvinnan och hennes kropp blir ett objekt för omvärlden. Åse resonerar utifrån samma föreställning, där teoretiska diskussioner kring kropp, kön och kvinnlighet är en tvetydighet i vår fysiska belägenhet, vilken således frambringar kroppen till såväl objekt som subjekt – kroppen faller här som en ”sak” som är oss själva, ”men att kroppens materialitet tenderar att förflyktigas”²¹. Ann Frisell-Ellburg förklarar detta utifrån att den kvinnliga modellens kropp är ett blankt blad som kan fyllas med vad som helst, beskriva vem som helst samt erbjuda en representation av ingens kropp eller allas kropp²². Germaine Greer fortsätter denna tes, där hon menar att modeller visst får tillfälle att få sin skönhet exploaterad i bild, men i samband blir hon en handlingsfattig docka utan bestämmanderätt – en klichéartad produkt som förhöjs genom sin skönhet och inte för sitt medvetande och kunnande²³

4.2 Tema 2: Medias påverkan

Tidningar som riktar sig till män är ofta specialiserade på ett tema, såsom fiske, jakt, motorsport och andra hobbyintressen alltmedan tidningar som riktar sig till

²¹ Åse (2000), s. 66

²² Frisell-Ellburg (2008), s. 15

²³ Greer (1985, s. 52-60)

kvinnor tenderar att ha skönhet, kropp och relationer som stående tema. Detta beror på ett historiskt antagande om ett allmänt och medfött intresse hos kvinnor att vårda sitt utseende, skriver Ekman och skriver vidare att teorin om att kvinnor inte behöver ha någon hobby då kvinnlig tillfredsställelse bottnar i skönhet, är en stark utgångspunkt hos flertalet medieforskare.²⁴ Hirdman skriver att den mediala arenan skapar en publik utifrån samhällets bild av kvinnliga intressen, vilket har kommit att påverka medias utbud och syn på könen som två kategorier med skilda intressen.²⁵ Detta ser hon som en viktig del av medias påverkan på samhällets individer, och menar vidare att den mediala påtryckning som existerar är en av de drivande orsakerna till att ideal bildas vilka i sin tur påverkar människor men framförallt tjejer och kvinnor i alla åldrar och kategorier. Carolyn Kitch påvisar inom samma genre att det åligger en samhällelig önskan om en ”viss” typ av människor, vilket också återspeglas i det medieutbud som människor varje dag möter i tv, tidningar och på Internet, och som människor genom kontakt med dessa medier påverkar människor i den grad att det inkräktar på individens självbild.²⁶ Oberoende hur kvinnokroppen gestaltas i media finns det en oförklarlig mystik kring

²⁴ Ekman (1998) s. 38-42

²⁵ Hirdman (2004) s. 57-62

²⁶ Ekman (1998), s. 57-58

den kvinnliga kroppen, samt en strävan att allting alltid kan göras bättre - en strävan som emellertid får kvinnor att förminska den egna kroppen och dess skönhet. Därmed känner de sig tvingade att ta till drastiska metoder för att uppnå de ideal som föreskrivs. Att påverkas av ideal kring kroppen påverkar merparten av människor, men det är främst det unga kvinnliga klientelet som på senare år har uppmärksammats genom media för att ha en ”förvriden syn” på kvinnlighet och kroppar i alltför tidigt ålder. En besatthet som i regel anses osund för unga flickor, då det föreligger ett mönster av ätstörningar och en skadlig självbild kopplat till ett medialt tryck. Det motsägelsefulla i sammanhanget, menar Kitch, ligger i det faktum att samma medier som skapar besattheten samtidigt är orolig för den effekt det tycks ha på unga kvinnor i samhällen. Den västerländska besattheten kring perfektion sträcker sig i nuläget långt bortom allt förnuft, då allt mer drastiska metoder används för att bevara och framhäva den perfekta kvinnliga skönheten²⁷. Häribland ser vi extremt tilltagna metoder så som skönhetsoperationer, hetsbantning och retuschering av bilder för att uppnå det kroppsideal som samhället framtvingar och uppvisar i samtliga mediala kontexter.

²⁷ Kitch (2001), s. 1-17

4.3 Tema 3: Bildeffekt

Bilder i modebloggar fungerar som lockbete för att öka intresset hos läsaren. En modeblogg bedöms allt som ofta utifrån publicerade bilder i motsats till publicerad text. Vi ser att det är bilder som skapar debatt, förtvivlan och åtrå och framförallt uppmärksammas i större grad än en text gör. En text kan vara provocerande, tänkvärd, välkomnande, normbildande, utmanande och så vidare i sin ensamhet, men då en tankegång visualiseras i form av en bild, blir effekten markant märkbar, och vi menar att i regel flyttas fokus från text till bild.

Exempel 1: Texteffekt

NO ANORESSIA

Exempel 2: Bild- och texteffekt



Exempel 3: Bildeffekt



Ovanför visas exempel på hur information kan förändras genom att lägga till eller ta bort text alternativt bild. I *exempel 1* presenteras enbart textdelen i kampanjen. Det går att förstå innebörden i texten, men det är svårt att placera det i ett sammanhang. I *exempel 2* ses kampanjen i sin helhet och det går att dra slutsatsen att skaparen bakom kampanjen vill ta upp kampen mot anorexia och väcker läsarens uppmärksamhet genom att publicera sett ur vår synvinkel en provocerande bild på en verklig människa i en verklig situation. I *exempel 3* återfinns samma bild men med borttagen text. Det finns ingen text kopplat till bilden, vilket innebär att det är upp till läsaren själv att tolka den samt bygga åsikter kring den. Merparten av läsare skulle nog uppfatta kvinnan som sjukligt smal och tankar kring ätstörningar skulle förmodligen väckas. Detta är ett generellt

antagande, baserat utifrån egna åsikter kring ämnet. Vi gör här ett antagande om att merparten håller med oss – då vi har svårt att se att någon människa skulle kunna tycka att kvinnan på bilden ser frisk och sund ut. Vi finner det osannolikt att någon människa skulle vilja se ut som hon och försöka efterlikna henne. Detta till trots finns det bevisligen de tjejer/kvinnor som anser att kvinnan på bilden representerar skönhet och perfektion. En snabb sökning på Internet visade flertalet tjejer²⁸ som säger sig vilja ha hennes kropp och som inte heller kan se något fel med att vilja ha det. Kopplat till modebloggar är det relevant då vi menar att en konstant bildpublikation av en viss typ av kroppar visar den verklighet som råder i modebloggar, men som av läsare kan uppfattas som en allmängiltig bild av kvinnor och därigenom menar vi att normbildning möjliggörs, då läsare med annan kroppsbyggnad kan komma att uppfatta sin kropp som annorlunda och fel i jämförelse med den kroppstyp som finns representerad i modebloggar. Vi kommer ta stöd av journalisten Karin Ekman i vår tes, som säger att modeindustrins profilering av anorektiska tjejer i modebranschen försvaras utifrån

²⁸ Sökningen gjordes via Googles sökmotor, 28 november 2008. Vi sökte på modellens namn och fann då flertalet tjejer som via egna bloggar hyllade modellens kropp.

inställningen att modeller är riktiga människor och därmed återspeglas en verklighet som är precis lika verklig och riktig som någon annan kroppsbyggnad. Likt Ekman menar vi att den smala kvinnokroppen givetvis är lika verklig som någon annan, men att exponeringen av den har lett till att den i nuläget fungerar som en allmängiltig bild av kvinnokroppen, vilket har skapat en samhällelig förvriden syn på kvinnokroppen, då enbart delar av verkligheten är representerad och exponerad. Vilket vi ser som en grundläggande utgångspunkt i skapandet av ideal utifrån bildupplevelser.²⁹

5. Material och metod

Vi har använt oss av tre typer av material i vårt arbete: bloggmaterial i form av bilder, bloggmaterial i form av läsarkommentarer samt intervjuer av blogginnnehavare.

5.1 Bloggmaterial i form av bilder

Bloggmaterialet består av bilder från tre modebloggar, där vi har granskat publicerade *dagens outfit*-foton samt modellbilder under perioden januari-oktober 2008. Tidsramen bestämdes av praktiska skäl. Eftersom det är stora mängder material som produceras, var vi tvungna att begränsa materialet. Urvalet av

²⁹ Ekman (1998), s. 70-77

bloggar skedde genom *bloglovin*³⁰, en sida där man kan prenumerera på bloggar vilket gör att man lättare kan följa när de uppdateras. Bloggarna valdes utifrån störst antal läsare och prenumeranter. Detta var ett medvetet val eftersom en blogg med en stor läsarkrets når ut och påverkar många människor från olika åldrar och grupper. I urvalsprocessen hade vi också som krav att bloggaren har egna åsikter kring bilderna denna publicerar. Vi hade även som krav att bloggen har en förmåga att engagera sin publik på så vis att bloggen har många läsarkommentarer samt att bloggen är debatterad och omnämnd hos andra bloggar. Bilderna har valts ut med hänsyn till den respons som föreligger hos läsarkretsen i form av läsarkommentarer. Bilderna har inte valts ut i något särskilt syfte, annat än att vi vill att bilderna ska statuera som exempel för de kroppsideal som råder. Vi publicerar genomgående bilder såväl som kommentarer som belyser den påverkningsgrad vi har kunnat uppdaga av bilderna och dess tillhörande respons i modebloggarna. Detta skrivs som en löpande text där vi sällan betonar en särskild bild som utmärkande – vi lämnar istället åt läsaren att göra sin bedömning och uppfattning av det material vi publicerar.

³⁰ <http://www.bloglovin.com>, 15 februari 2008

5.2 Bloggmaterial i form av läsarkommentarer

Vi har valt att ha med läsarkommentarer för att kunna ge svar på delar av vår frågeställning, där vi syftar att ge svar på vilka åsikter som finns kring kroppen bland läsarkommentarerna. Vi har valt ut några läsarkommentarer till varje bild men med anledning av platsbrist har vi inte kunnat presentera alla i vårt material. Vårt urval har bestått i att ta med både positiva och negativa kommentarer. I övrigt har vi sållat efter eget tycke. Många kommentarer liknas vid varandra, men skiljer sig i språk och formulering. Vi valde då den kommentar vi ansåg gav bäst insyn i läsarens åsikt kring bilden.

5.3 Intervjuer av blogginnehavare

Vi har valt att använda intervjuer som metod och material då vi anser att det är ett bra sätt att få bloggarnas perspektiv, vi anser det också som en nödvändig metod för att kunna ge svar på vår frågeställning. Informanterna valdes ut på samma grund som bloggarna valdes ut, dock med störst fokus på en stor läsarkrets som kriterium.

Vi använde även här *bloglovin*³¹ för att hitta Sveriges mest lästa bloggar. Vi tog kontakt med informanterna via Internet, och följde sedan upp tjejernas respons

³¹ <http://www.bloglovin.com>

genom att skicka ett 10-tal frågor vilka samtliga behandlade områden kring kroppsideal – *vilken kändiskropp ansåg de ha den ultimata figuren, vad anser de om införandet av så kallade plusmodeller på catwalken, hur reagerade läsarna gentemot deras bilder samt synen på deras egen påverkan* och så vidare³² Samtliga frågor besvarades skriftligt. Två av de bloggar som valdes ut för granskning av bilder gick även med på att låta sig intervjuas vilket var till vår fördel då vi genom att analysera bilder och läsarkommentarer gavs möjligheten att upptäcka ett samband mellan blogginnehållet och svaren kring ideal i intervjuerna. Totalt har vi använt två intervjuer i vårt material.

5.4 Metod för analys av materialet

Bildanalys syftar till att få en ökad förståelse av bilden och dess påverkan utåt. För att nå ett resultat återfinns många infallsvinklar för att beskriva och förstå det som bygger upp en bild och gör den tilltalande för omvärlden. Frågor som blir särskilt påtagliga i sammanhanget är - *vad föreställer bilden? Hur är den uppbyggd? Vem är den föreställda betraktaren?* Vi anser att bilden får sin direkta mening i förhållande till betraktarens ögon och sociala processer. Detta uppfattar vi som

att bilden i sig står utan egentlig betydelse, men att det är betraktandet, förståelsen och det underliggande budskapet som ger den dess mening³³.

Terje Borjersen skriver att bildanalys och bildtolkning inte går att genomföra utifrån en mall där resultatet blir detsamma oberoende på vem som gör analysen, då det upplevande subjektets tankar och känslor spelar en väsentlig och avgörande roll i processen att tolka en bild.³⁴ Utifrån detta ställningstagande är det till vår fördel att vi är två som ska analysera bilderna, då våra olika åsikter kring bilderna genererar till en bredare och mer djupgående förståelse för bilden samt de olika känslor som bilden kan ge upphov till. Bilder kan i sin enklaste form förklaras som kommunikationsmedel, och även då människor inte reflekterar djupgående över varje bild som de möter i vardagen, fungerar deras undermedvetna som en bildläsare och utifrån det gör bilder ett mer eller mindre märkbart avtryck bland deras tankegångar. Borjersen förklarar det utifrån människor fungerar som *”bildläsare i en envägsdialog med bildskapare som kommunicerar med hjälp av visuella medier”*³⁵ Med detta som utgångspunkt i vår analys fungerar publiken som

³³ Aspers (red.) (2004), s. 66-68

³⁴ Borjersen (1994), s. 20

³⁵ Borjersen (1994), s. 23

³² Se bilaga 1

bildläsare alltmedan bilderna i bloggarna är visuella medel som gör mer eller mindre kännbara avtryck i form av ideal kring den kvinnliga kroppen.

Vi kommer systematiskt bearbeta de bilder som ligger till grund för uppsatsen genom att använda oss av följande frågor i analysprocessen.³⁶ Vi anser att bildanalys är en personlig upplevelse, vilket innebär att vi aldrig kan säga att *så här är det*, men däremot kan vi säga att *så här upplever vi det*.

- *Vad fångar betraktarens uppmärksamhet?*
Vi kommer titta på vad man som betraktare först lägger märke till.
- *Ser personen bestämd eller osäker ut? Utstrålar personen någon annan form av känsla?*
Förmedlas det någon känsla i bilden? Går det att utläsa en känsla i personen sätt att stå eller i dess ansiktsuttryck?
- *Poserar personen? På vilket sätt?*
Fokus ligger på om personen är stilla på bilden, eller om denna utför någon form av aktivitet. Intressant i sammanhanget är också om personen verkar medveten om att bilden tas, alltså om denna verkar posera eller om

bilden tas i smyg av någon annan. Vi kommer titta på detta för att se huruvida vi kan finna en medvetenhet i de poser som återfinns på bilderna.

- *Hur upplevs personen på bilden?*
Hur upplevs personen på bilden enligt egna värderingar? Är hon tjock, smal, ful, vacker, lidelsefull, äcklig, blyg, smakfull, sexig och så vidare.

5.5 Kroppsretorik

Vi kommer använda oss av kroppsretorik som analysmetod av bilderna för att förstå vikten bakom bildens rörelsemönster och de känslor som förmedlas. Anja Hirdman och Marjorie Fergusons poängterar att gester och poser har stor betydelse för vilken status den avporträtterade personen ges men även för bildens budskap. Kroppsspråket blir ett förmedlingssätt för olika känslotillstånd, sinnesrörelser, allvar, sorg, lycka eller upphetsning. Även handrörelser kan uttrycka ett kroppsspråk i form av engagemang, kraft och kontroll, men också illustrera koncentration, betänksamhet och allvar, vilket kan exemplifieras med att modellen sätter handen vid hakan³⁷ På samma sätt som människor gestaltar kroppen på ett visst sätt används också ansiktsuttryck för att

³⁶ Jacobson (2004), s. 53

³⁷ Hirdman (2002), s. 49, Ferguson (1978), s. 113

förmedla känslotillstånd. Leendet är till exempel, enligt Patricia Holland inbjudande och uttrycker värme och gemenskap – en bekräftelse på tillhörighet. Detta genomsyras även på privata bilder av vänner och familj³⁸. Trots att människor använder olika kroppsliga uttryck som samtliga förefaller sig vara naturliga, spontana och omedvetna består av ett socialt fastställt mönster som utgör en bestämmelse för hur och när människor ska uttrycka oss på ett visst sätt och lär sig samtidigt att bekräfta våra idéer om vårt jag – för andra liksom för oss själva³⁹.

5.6 Tilltalsteori

Vi kommer använda oss av tilltalsteori för att analysera läsarkommentarer. Vi är av den åsikten att många läsarkommentarer bottenar i ett försök till kommunikation mellan producent och publik, och att läsarkommentar uppstår för att antingen bekräfta eller dementera den bild som åligger att bloggaren sitter inne med rätt tyckte och åsikter. Vi anser att det är intressant att vissa bilder lockar till fler läsarkommentarer än andra trots att de är lika i sin skapelse, och vi kommer därför att använda oss av tilltalsteori för att analysera vikten av de kommentarer som ges. Vi kommer ta stöd av lingvisten Roger

Fowler⁴⁰ som menar att användandet av ett visst tilltal syftar till att minska glappet mellan producent och publik. Genom att använda sig av tal och synsätt som är igenkännande för publiken skapas en känsla av medverkande i kunskapen. Fowler förstås utifrån att *du* och *jag* byts ut mot *vi*, vilket kan ha två betydelser – en inneslutande eller uteslutande form av *vi*. I den inneslutande formen fungerar producenten och publiken som en enhet alltmedan den uteslutande formen separerar producenten och publiken⁴¹. Vi vill applicera denna teori på särskiljandet mellan bloggen och dess läsare, och kommunikationen däremellan – alltså läsarkommentarer.

5.7 Metod för att analysera skriftliga intervjuer

I syfte att analysera intervjuerna så kommer vi inte följa någon mall utifrån en bestämd teori om att bearbeta en text på ett visst sätt. Fokus ligger istället på att jämföra de svar som ges i relation till publicerat material på bloggen. Vi kommer söka efter motsägelser i deras tankesätt och agerande. Vad vi menar med detta är följande; att om person x exempelvis anger att hon tycker att normalviktiga tjejer är en sund idé och att hon själv föredrar det

³⁸ Holland (1998), s.26-27

³⁹ Hirdman (2002), s. 50

⁴⁰ Fowler (1991), s. 57-65

⁴¹ Fowler (1991), s. 57-65

idealet men samtidigt enbart publicerar bilder av underviktiga tjejer är hennes budskap tvetydligt. Vi ser detta som en form av analys, även då tolkningen ligger fritt i våra händer. Vi menar att oavsett som en analys utförs på fri hand eller efter en mall så kommer det alltid finnas utrymme för egna tolkningar och reflektioner, vilket också innebär att resultatet av en analys alltid är personligt.

6. Analys

Vi kommer i detta avsnitt besvara vår frågeställning över vilka kroppsideal som råder i svenska modebloggar och den respons som uppkommer från läsarna i samband med modebloggar. Vi kommer även i detta avsnitt besvara vår frågeställning kring informanternas syn på kroppsideal, vilket sker genom utdrag av de enskilda intervjuerna med modebloggare

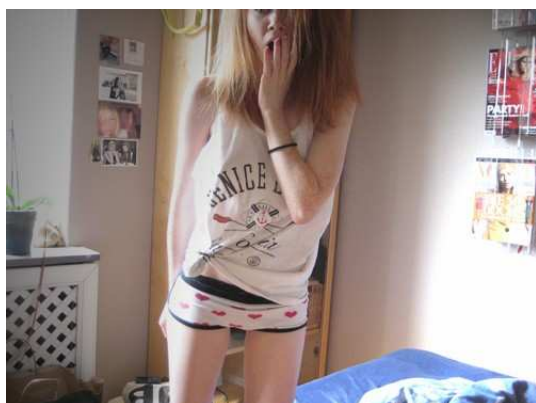
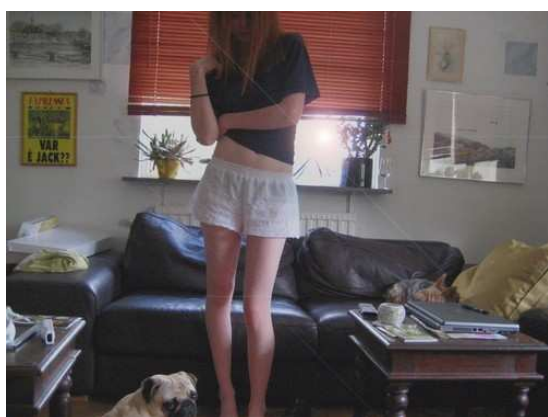
Analysen kommer ske löpande i fyra uppdelande teman. *Första temat* är modebloggar och bilder, där vi kommer beskriva och analysera vilken typ av bilder som är vanligt förekommande i de bloggar vi har undersökt. *Andra temat* består av bilder i samspel med läsarkommentarer. Vi vill se vilka reaktioner bilderna ger upphov till i form av läsarkommentarer - är läsarna positiva, negativa eller går det att utläsa

andra känslor eller reaktioner bland kommentarerna? *I tredje temat* analyserar vi modebloggar och de kroppsideal som uppvisas i form av bilder och läsarkommentarer, där vi kommer visa ett brett spektrum av åsikter bland läsarkommentarer och tillhörande bilder. *Fjärde temat* behandlar de svar som uppkommit i samband med intervjuerna av modebloggare, där vi vill analysera om deras tankegångar kring kroppen överensstämmer med publicerat material i bloggen.

6.1 Modebloggar och bilder

Modebloggar lägger fokus på flertalet kategorier inom modevärlden - i en blogg förekommer modellbilder och bilder från modevisningar, alltmedan det i andra uppvisas bilder på personen bakom bloggen och dess omgivning - den gemensamma nämnaren i samtliga bloggar verkar dock vara klädtrender och strävan att uppnå något unikt. I modebloggarna vi har valt att analysera förekommer det till stora delar en rad uppsättning av modellbilder tagna av professionella fotografer, men även en mångfald privata bilder. Vi vill belysa det faktum att bilderna som publiceras på bloggarna bör analyseras och betraktas utifrån det faktum att de kan vara och ofta är retuscherade, i synnerhet gäller detta sedan tidigare

publicerade modellbilder. Detta görs i syfte att upprätthålla bilden av den perfekta kvinnan vilket återspeglar en falsk bild av verkligheten inför läsaren då bilden uppfattas som den sanna/riktiga. Vilket vi återkopplar till Kitch teori om att kvinnor väljer att använda sig av drastiska medel för att uppnå och efterlikna rådande ideal.⁴² Den avund som uppenbarar sig hos en del läsare är därmed falsk eftersom de eftersträvar ett onaturlig ideal. Vi kan inte med säkerhet säga i hur stor utsträckning blogg bilderna är retuscherade, men vill påpeka att den kan äga rum.



⁴² Kitch (2001), s. 1-17

Bloggarna har i regel samma tema där en mycket smal kvinnokropp visas upp och hyllas av såväl personen bakom bloggen som av läsarna. Bloggarna består också till stora delar av bilder på *dagens outfit*, vilka uppvisar skribenten i moderiktiga kläder så som mer visuellt tilltalande bilder där blogg innehavaren poserar, ofta lättklädd, i ställningar som vittnar om en efterliknelse av de modereportage som uppvisas i tidskrifter. Det som kommer igen i samtliga bloggar är att bilderna ämnar se naturliga ut, där profileringen av kvinnan är harmonisk och vacker. Naturlig i sammanhanget innebär en kvinna som även utan smink och styling anses vacker, då hon visar en sann bild av sig själv och den inneboende skönheten. Vi anser att bilderna i regel också signalerar hjälplöshet, vilket antagligen är ett medvetet val för att se sexig, sårbar och lättillgänglig ut, i synnerhet då hon är mer eller mindre lättklädd i samband med detta kroppsspråk. Det man i regel ser på modellbilderna är vita, späda kvinnor med långt hår och stora genomträngande ögon. En bra visuell exemplifiering av det följer nedan:

⁴³ <http://gillofilippa.blogg.se>, 20 september 2008



Text till bilden: *Jag har blivit förälskad. jag vill ha henne, vara henne.*⁴⁴

Samtliga kommentarer har blivit raderade till ovannämnda bild, men kontentan i sammanhanget blir att det föreligger en stor hyllning till kvinnor med den här typen av utseende, kroppstyp och skörhet – vi ser inga starka och driftiga kvinnor på bilderna, utan det föreligger stort fokus på den svaga, vackra kvinnan i såväl bilder som i text, vilket det nedan ges ytterligare exempel på – två kvinnor, varav båda ser ut att ha förlorat all livsenergi.

⁴⁴ <http://imilk.blogg.se>, 4 maj 2008



Text till bilden: *Plain, no sugar, no cream, no fakes, no frills. Medium. Plain. Nothing on the side. Enkelt. Lätt som en plätt. Inget fix inget trix. Som jag vill ha det. Bustier, leopard och Maison Martin Margiela. Ofixade modeller som bara står rätt upp och ner.*⁴⁵

I modebloggar är det ytterst vanligt att blogginnnehavaren ”modellar” framför kameran då de visar upp *dagens outfit*, men i takt med att modebloggarna har ökat i utsträckning har ribban höjts till en annan nivå. Några månader tillbaka i bloggarna kan man se tjejerna fotografera sin spegelbild, alternativt stå vid en vägg med en hand på höften och ett stort leende som reflekterar hennes glädje då de publicerar *dagens outfit*. Idag upplevs bilderna som publiceras inte enbart ämnade att visa upp *dagens outfit* utan exponerar en medveten strävan efter att offentliggöra allmänna bilder på sig själv och gärna i avancerade poser och med bildjustering som ger sken

⁴⁵ <http://almah.devote.se>, 20 juni 2008

av professionalitet. Vi sammankopplar detta fenomen med Greers teori om att modeller i offentligt sammanhang förvandlas till ett handlingsfattigt objekt – en docka där publiken styr hennes åtgången. Kvinnan på bilden blir till allmän beskådning, då läsarna genom kommentarer bestämmer och värderar hennes skönhet vilket gör att hon måste utmärka sig extra för att nå upp till de höga förväntningar som finns bland modebloggare. Konkurrensen mellan modebloggar ser vi som en av anledningarna till den mer exponerade kroppen i syfte att locka fler läsare. Likt Kitch ser vi den nakna exponeringen som ett steg i viljan att efterlikna andra populära bloggare och fotomodeller. Vi är av den uppfattningen att modeller sätter standarden för hur en åtråvärd kvinna ska se ut hos modebloggare, vilket vi kan urskilja bland bloggarnas outfitbilder på så sätt att de efterhärmar modellposer i syfte att själva betraktas som åtråvärda. I bloggarna minskar efterhand bilder där blogginnnehavaren umgås med vänner och man kan se henne leendes i sällskap med andra – istället publiceras kontinuerligt bilder på henne som skulle kunna härstamma direkt ur ett modemagasin där tomma ansiktsuttryck och stort fokus läggs på kroppen.

6.2 Sammanfattning

Vi har i detta avsnitt kommit fram till att det råder ett ideal bland modebloggare att efterlikna den smala modellen i avseende vad vi tror är ett försök att erhålla likvärdig status som den vackra modellen - samtidigt som bloggen i sin tur får ett upplyft och kan därmed också konkurrera med andra bloggar. Vi har även uppmärksammat att modebloggare medvetet framställer sina kroppar för att få den att framstå som attraktiv för sina läsare. Detta i sin tur frambringar en känsla av att bloggaren söker uppmärksamhet och bekräftelse på sin skönhet och unikheter. Vi anser att det föreligger en medvetenhet i bildpubliceringen i svenska modebloggar. Det får anses märkbart att flertalet av blogginnehavarna, precis som övriga moderelaterade tidskrifter, syftar till att skapa reaktioner hos sina läsare genom att publicera bilder som kan väcka avund eller anstöt. Blogginnehavarna gestaltar sina kroppar på särskilda vis för att på så vis utmärka speciella drag, såsom långa smala ben, fin hy, stora ögon och så vidare. Som läsare möts man allt som ofta av bilder där exponeringen av kroppar är central, och kroppsretoriken syftar till att framställa sin kropp som åtråvärd och helt i enlighet med rådande mode om en smal, nästintill anorektisk kropp.

6.3 Modebloggar och kommentarer

Bloggarna som behandlas i det här avsnittet har samtliga en hög läsarkrets och intensiva kommentatorer kring bilder och text som publiceras. Vi kan inte enbart se en stor hyllning kring kvinnorna på modellbilderna utan likväl kring personens egna *outfitbilder*.

Besattheten av att vara smal gör sig starkt påmind när man går igenom kommentarerna under varje bild, där vi kan utläsa en stark avund från läsare gentemot blogginnnehavarnas kroppar. Det syns också i modellbilder som den här:



... där kommentarer som ”det är bara så vackert att titta på”, ”riktigt bra, fin och inte för tunn – precis som en kaka ska vara” och ”perfektion finns faktiskt” publiceras.⁴⁶

Blogginnnehavarna får överlag många uppmuntrande kommentarer om sina bilder

⁴⁶ <http://imilk.blogg.se>, 25 juni 2008

och även om sin smala kropp, överväldigande och (för dem) uppenbara skönhet och fotogeniska ansikte. Läsarna är väldigt fascinerade över blogginnnehavarna och deras bilder vilket märks tydligt när man går igenom dess kommentarer. Nedan följer några exempel på detta.



47

Kommentarer från läsare:

- *Ok, you're still damn gorgeous. I want to kidnap you!*
- *Jag kan inte få in i mitt huvud hur du kan vara så jävla snygg!*
- *Så snygg FFS!!!! Kan du skicka dina ben? Hoppas någon modellagentur kommer o hämtar upp dig direkt.*
- *Tränar du något? Jag menar, du har ju världens kropp!*⁴⁸

Vi vill i samband med kommentarerna ta stöd i Lakoffs och Sheers teori som menar att den tidiga omslagsflickan respresenterar

⁴⁷ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁴⁸ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

något alla kvinnor önskar vara. De syftar i samband till att kvinnor i mötet med dessa bilder tvingas konfrontera sina fysiska brister och ofullkomligheter till att uppnå detta ideal, vilket skapar ångestgivande känslor. Vi ser prov på att denna teori överensstämmer med verkligheten vid analys av läsarkommentarerna i samtliga modebloggar, då vi genomgående ser tydliga exempel på just detta fenomen då kommentarer som ”önskar min kropp vore lite mer lik din, mina lovehandles gör att vissa saker inte sitter som man önskar⁴⁹” publiceras. Detta tyder enligt oss på att bilder som publiceras skapar reaktioner hos läsare och därmed gör vi också ett antagande att bilderna påverkar individen på ett emellanåt självbejakande synsätt, där läsarens egen kroppsuppfattning uppfattas som negativ. Detta förstår vi genom de kommentarer som lämnats i samband med bilderna.



⁴⁹ <http://imilk.blogg.se>, 25 mars 2008

Kommentarer från läsare:

- *Du är perfekt!*
- *Du är så sexig att jag nästan byter sexuell läggning!*
- *Vackre gasell där. Du är så gracil på något sätt. Inte alls sådär som långa människor kan se ut. Liksom styltiga och felgjorda. Du ser bara vacker och skör ut på ett sagolikt sätt. Fina, fina ****. Blev sugen på att rita när jag såg den här bilden.*
- *Alltså din kropp är helt fantastisk. Så jäkla avundsjuk på hur fin du är, vill ha dina ben!!!*
- *These pictures are awesome, the outfit is lovely. Plus, you have a great body!*



50

Vi tolkar också läsarkommentarerna utifrån Jacobsens tes⁵¹ att media framhåller en bild av en viss typ av kvinna som utstrålar ett ideal som alla kvinnor indirekt bör försöka uppnå för att fullgöra prototypen för den *perfekta* kvinnan. Hon menar att media generellt framställer den kvinnliga kroppen som fulländad utan skavanker, vilket även märks i de bilder som publiceras i bloggarna. Även om

⁵⁰ <http://imilk.blogg.se>, 30 mars, 2008

⁵¹ Jacobsson, (2004), s. 35-39

modebloggaren kanske inte alltid faller som ideal för publiken, blir läsaren medveten om sin egen kropp och i många avseende det faktum att hon (eventuellt) aldrig kommer uppnå samma smala kropp, vilket vi har sett återkommande exempel på under bearbetning av bloggarna, genom kommentarer som *"Hm, undrar om man ska ta och fara iväg till gymmet nu, blev oerhört avis på dina ben!"*⁵². Vi finner det uppenbart att det föreligger en beundran inför dessa kvinnor som uppvisas på bilderna och att perfektionen får ett ansikte i sitt samband. Kommentarsfunktionen visar prov på detta där mängder av läsare vittnar om att modebloggaren har lyckats att komma i nivå med modellerna där kommentarer så som *"om jag ägde ett modellföretag skulle jag försöka haffa dig fort som fan. Du är drop dead gorgeous"*⁵³ framkommer. Det är därför enligt oss ingen större tvekan att profileringen av modebloggarna sker genom ett perspektiv av fotomodeller och de behandlas tydligt därefter, vilket ter sig uppenbart i samband med *dagens outfit*. Kommentarererna fokuserar sällan helt och hållet på kläderna utan allt snarare på modebloggarens kropp och generella utseende och hur detta ter sig på bild. Huruvida detta är en självmedveten önskan eller ett taktiskt val

av modebloggarna för att öka sin läsarkrets är dock svårt att avgöra, men utifrån vårt perspektiv vill vi påstå att modebloggarna är välmedvetna om vilka bilder som tilltalar läsaren och ger den beröm de eftersträvar.

6.4 Sammanfattning

Vi kan genom läsarkommentarerna urskilja att bilderna påverkar läsarna vilket blir märkbart i de kommentarer som läsarna lämnar. Vi anser att modebloggarna genom sina bilder påverkar läsarnas egna kroppsuppfattning på ett negativt sätt då de i förhållande till modebloggarna blir varse om bristerna i sin egen kropp. Vi kan därmed urskilja ett mönster där läsare allt som oftast slås med beundran för bloggaren i samband med avsky för den egna kroppen. Vi menar dock inte att detta innebär att alla läsare vill vara bloggaren, utan mer att det åligger någon form av beundran för dennes skönhet och kroppsform. Att beundra någon är därmed inte automatiskt sammankopplad med att vilja efterlikna samma person, även om vi ofta tar det för givet. Vi ser dock ett mönster hos både bloggare och läsare att efterlikna någon som av andra anses vacker och eftertraktad för att själva kunna identifieras med de ideal som personen återspeglar. Grundpelaren för att uppvisa vad som är vackert i den här kontexten

⁵² <http://imilk.blogg.se>, 2 mars 2008

⁵³ <http://almah.devote.se>, 2 mars 2008

förefaller på modebloggaren, som därmed sätter prägel för vad som faller inom ramen för perfektion, norm och kroppsideal. Detta sammankopplar vi i ovanstående avsnitt med produktionen av kroppsideal i modebloggar, då vi menar att modebloggar innehar makten att skapa trender och framkalla ideal genom publicering av *dagens outfit*-bilder där fokus på modebloggarens kropp är stor.

6.5 Modebloggar och kroppsideal

Att modeller under flera årtioende har kritiserats för sina kroppar och gett upphov till skeva kroppsuppfattningar har vi delgivit i den ständigt pågående mediadebatten. Som en del av den numera växande mediala tillgången har modebloggarna blivit en ytterligare en måltavla för kritik kring skapandet av kroppsideal, något som i flera fall ter sig tydligt bland läsarna.

Överlag, vilket påvisades i förgående avsnitt beträffande läsarkommentarer, är publiken för modebloggarna väldigt positiva till skribenternas utseende och inom dem växer allt som ofta en stark avundsjuka gentemot deras välsvarvade kroppar, men liksom i de flesta andra sammanhang finns det undantag.

Bland läsare som kommenterar ligger förvisso inte kroppen alltid i främsta fokus

utan på blogginnehavarens utseende och kroppsform som helhet. Men det finns undantag där det har skett en kort debatt mellan blogginnehavare och läsare över huruvida kroppsidealet bör te sig i bloggsfären och där hårda personangrepp kring kroppsstorlek och utseende har tagit form. För det mesta hamnar kritiken på att blogginnehavaren är alldeles för smal och föregår med dåligt exempel inför den yngre generationen läsare och alltså skulle bilda en skev kroppsuppfattning inför läsarna



Innehavaren till en utav bloggarna är till kroppen väldigt liten – hon säger sig själv vara 1,75 meter lång och uppskattas väga runt 50 kilo och med vissa undantag får hon reguljära hyllningsrop för sin välsvarvade kropp, men vid publicering av denna bild väckte blogginnehavarens smala kropp läsarna till liv. Många blev

⁵⁴ <http://imilk.blogg.se>, 30 mars 2008

upprörda och menade att man omöjligt kan vara så där smal av naturen och att det tveklöst låg ätstörningar bakom denna hyllade kropp. Blogginnehavaren själv slog tillbaka på uttalandena och menade att hon dels har bra gener och hög ämnesomsättning och att hon av de anledningarna är naturligt smal, men att hon utöver det beskyllde de här bilderna för att visa upp en felaktig bild av sig själv eftersom hon bar tigha strumpbyxor just den dagen. Läsare som inte ansåg att det förelåg några ätstörningar hos den här personen valde istället att uttrycka sig enligt följande:

- *Jag tycker att du är väldans fin i alla fall - naturlig på nått sätt, sen får folk säga vad de vill om din vikt. Du har min drömkropp!*
- *Alltså, du ser inte alls anorektisk ut. Du har en perfekt kropp. Inte för fet och inte för smal. SKITFIN! Ta till dig de här orden nu för det är sanningen. Skulle kunna se dig på catwalken, du har ett vackert annorlunda utseende och världens finaste kropp. Att ha den kroppen naturligt som du har är fan en gåva!!*
- *Jag tycker definitivt inte att du ser anorektisk ut. Du är smal, men på ett hälsosamt, snyggt sätt. Du har dessutom en otroligt cool egen stil. Fortsätt bara med det du gör, det är uppenbart att det är omtyckt.*

- *Jag tycker verkligen inte du ser anorektisk ut någonstans - du ser hälsosam ut och snygg ut.*⁵⁵

Även bilderna nedan startade en debatt i två olika omgångar där blogginnehavaren under en tid kontinuerligt hade fått beröm och komplimanger kring sitt utseende utan någon negativitet i kommentarfältet och där läsarna efter ett tag började ifrågasätta om tjejens kroppsbyggnad verkligen kunde anses hälsosam. Som vi kan se på bilderna är blogginnehavaren kroppsmässigt väldigt liten – enligt henne själv är hon 1,65 meter och väger 46 kg och det som utlöste diskussion var då en läsare frågade om hennes längd och vikt och efter detta påpekade att det var ohälsosamt att se ut som hon gjorde – att hon borde öka i vikt. Blogginnehavaren gjorde i klartext rätt för sig och påpekade att hon helt enkelt var



byggd så – att det inte var något hon kunde rå för och att man bör älska det man är och vad man har.

⁵⁵ <http://imilk.blogg.se>, 30 mars 2008

Efter att kommentarer så som att ”*du är så snygg hela du*” trillat in började läsarkommentarer som ”*men herregud, hur smala ben kan man ha? När på äcklande*”⁵⁶ framkomma med allt jämnare mellanrum – utan större respons från blogginnnehavaren själv. Hennes egen reaktion väcktes först efter att en läsare hade skrivit följande kommentar då hon sett den vänstra bilden (ovan) på blogginnnehavaren:

- *AAAA, jag dör!!!!!! Du har så assnygga tunna ben. Now I feel like dieting. Ångest...*

Blogginnnehavaren verkade uppriktigt sagt upprörd över denna kommentar och svarade därefter:

- *Nu känner jag för att sluta blogga. Jag vill inte att mina läsare ska få ångest när de ser mig! Jag förbjuder dig från att banta.*⁵⁷

Blogginnnehavaren har vid ett senare tillfälle gjort ett liknande uttalande där hon meddelat att hon inte längre tänker avslöja sin vikt då hon inte vill att läsarna ska jämföra sina kroppar och vikt med hennes då alltför många tjejer är fixerade vid vikt och utseende.

De två diskussioner som nu har tagits upp är dock sällsynt i världen av

modebloggare. I regel återfinns några enstaka läsare som brukar reagera på det rådande idealet vid extrema fall, där det blir uppenbart att det föreligger en osund kroppsfixering i moderlaterat material. När man bläddrar igenom kategorin av modellbilder i flera bloggar blir man snabbt påmind om samhällets syn på den perfekta kvinnan och som tidigare nämnt är det sällan någon som reagerar tydligt på att kvinnornas revben ser ut att vara på väg ut ur skinnet eller de ihåliga ögonen som tittar in i kameran – inte heller de smala armarna eller benen som ibland ser ut att tillhöra en femårings kropp – istället hyllas bilderna genomgående av såväl blogginnnehavare, så som läsare. Men precis som i den ständigt pågående samhällsdebatten kring rådande kropps- och skönhetsideal finns det personer som slår tillbaka och vill visa att det inte tillhör kroppens natur att vara så smal som många modeller visar sig vara.

Exemplen som följer är utdrag av de bilder (med tillhörande kommentarer) som läsare har visat sig reagera starkast på under 2008:as första halvår. Bilderna är hämtade ur kategorierna *modeller* och *dagens outfit*.

⁵⁶ <http://gillofilippa.blogg.se>, 15 mars 2008

⁵⁷ <http://gillofilippa.blogg.se>, 15 mars 2008



58

...irriglade utseende var groteskt – alldeles för smalt och onaturliga och antydde att det var dags för samhället att ta ytterligare ett steg i kampen mot ätstörningar. Andra läsare ansåg det vara något underligt att modellerna boxades i bikini, men att de utöver det önskade att de var lika snygga när de boxades och att bilderna och modellerna var helt underbara.

Kommentarer från läsare:

- *Allt jag ser är en anorektisk tonåring med attitydproblem. sluta leka Vouge och gör nått vettigt istället, för vi behöver inte fler modebloggstöntar som tror att de äger världen. ett par sönderklippta tights gör dig knappast till modeorakel, nej sanning är att det ser riktigt tacky ut. Hejdå.*
- *Shit, vad äter du? Like nothing?*⁵⁹



60

Ovanstående bilder fick olika reaktioner – en del läsare tyckte att modellernas

Samma tvetydlighet uppenbarades över den andra bilden, där solglasögonen har censurerats av blogginnehavaren som ej ansåg dem passa in i helheten av modellen på bilden. När man läser bloggen, tittar på bilden och klickar in på kommentarerna är det en del läsare som reagerar på de smala armarna som modellen har – andra säger att hon minsann skulle behöva äta en glass eller två. Men trots den rakt uppenbara undernäringen hos modellen är det en del kommentarer som hyllar bilden – en läsare skriver bland annat: ”så jävla snygg och jag faller pladask även för de anorektiska armarna. Wow”, alltmedan en annan utvecklar detta och menar att ”allting är perfekt med den här tjejen”.

Ännu en gång gör sig kroppsidealet påmint och trots att läsare reagerar mot det smala idealet kan man inte en enda gång, oavsett blogg, hitta en bild där samtliga kommentarer går i kamp för bekämpningen mot ätstörningar och ett felaktigt

⁵⁸ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁵⁹ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁶⁰ <http://imilk.blogg.se>, 30 mars 2008

kroppsideal – alla bilder genererar till kommentarer av två olika kategorier – läsare som tycker att bilderna är vackra och de läsare som tycker att de smala modellerna faller inom ramen för smaklöshet. Vidare exempel på detta följer.



Kommentarer från läsare:

- Nej hur kan du kalla detta för fin
- Grymt snygga bilder!
- Kolla på bruden, ser ju ut som Amy Winehouse efter att sprutat i en sked av heroin! Och sen har hon inte tvättat sig på flera dagar för hon har varit busy med att injicera.... Sen på bild nummer ett så har hon inga pengar kvar att köpa heroin för, så då får hon dom hemska "cravings" och magont...
- Första tanken som slog mig var wow! Sedan tänkte jag att i och för sig så har bilderna samma stuk som alla andra fashion pics idag. Till sist frågade jag mig om det här verkligen var vackert? Hon ser ut som en liten undernörd flicka. Hon utstrålar inte glädje, trygghet eller livslust överhuvudtaget. Nej, tänk till lite. Bilderna är inte fina. De är

sorgsna.⁶¹



Kommentarer från läsare:

- Jag tycker att du som modebloggare har ett ansvar. Att lägga upp bilder på en sjukt smal tjej är inte så ansvarsfullt. Du vet att du påverkar ungdomar därute. Jag gillar dig verkligen, menar inget illa. Men tänk bara hur mycket du påverkar...
- Galet snyggt! Men hjälp vad smal hon var.
- Jag dör smått när jag ser det här.
- Galet snyggt, men modellen är läskigt smal (och det kommer från en person som normalt inte brukar tycka att modeller är för smala).
- Håller med föregående talare, snyggt, men det finns ju knappt några ben! Usch!
- Om jag hade så smala ben hade jag också sett ut så där!⁶²

⁶¹ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁶² <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008



Kommentarer från läsare:

- *Otroligt vacker!*
- *Hon var mindre söt alltså*
- *Vadan detta? du skriver om mkt bra, men tycker det ser ut som anorexiabild⁶³*

Åsikterna om ovanstående bilder går isär, vilket går att avläsa av kommentarerna. Alltmedan en del läsare ser dem som ”anorexibilder” med ett utpräglat knarkideal, anser andra att de är vackra. Oavsett vilken antydning man gör eller åsikt som åligger i kontexten påverkas läsarna av de bilder som publiceras, och därmed går det inte att fransäga blogginnehavaren hennes ansvar då hon fungerar som förebild för många unga flickor. Av de bilder som publiceras på bloggarna, oavsett bilden föreställer blogginnehavaren eller en modell, jämför läsaren sig med den hon ser på bilden och det skapas en inre oro och avundsjuka vilket man genomgående ser genom kommentarerna och vad vi kan

föreställa oss skapar ett ideal – ett ideal som långt ifrån alla har möjlighet att uppnå. Genom att publicera bilder på sig själv blir detta tydligt i många avseenden då man läser kommentarerna från dess publik. Bilderna ovan är ett tydligt exempel på vår teori kring bildeffekt, då vi menar att i tillfällen då det inte finns någon text kopplad till bilden ges läsaren utrymme att själv tolka och bygga åsikter kring den. Detta resulterar i den bredd av åsikter vi finner kring bilderna, där tolkningen står fri för betraktaren. Vi hade förmodligen sett ett annorlunda resultat om det hade funnits en text till bilden som proklamerat en viss åsikt, då det får anses förbestämt vad betraktaren bör tycka om bildmotivet.⁶⁴

Ekman menar att profileringen av anorektiska tjejer i modebranschen försvaras utifrån en inställning att modeller är riktiga människor och återspeglar en verklighet som på samma grunder är lika sann som någon annan kroppsbyggnad.⁶⁵

Vi kopplar samman Ekmans teori i samband med ovanstående diskussion om det smala idealet där vi har förståelse för att den smala kvinnokroppen är lika verklig som någon annan. Diskussionen som uppkommer i samband är det faktum

⁶³ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁶⁴ Refererar till s. 10-12

⁶⁵ Ekman (1998), s. 70-77

att det enbart är den smala kroppsbyggnaden som exploateras i modebloggar vilket skapar en bild av att det är det enda riktiga, vilket i sig skapar ett ideal om en smal kvinnokropp inom sfären av modebloggar.



Då blogginnehavaren publicerade ovanstående bilder på sig själv då hon hade inhandlat ett par nya shorts, vilket resulterade i många kommentarer kring hur väl de passade blogginnehavarens vackra figur. Men bland dessa bekräftande tillrop fanns en kommentar som skiljde sig från de andra, som anspelade på av vad vi kan föreställa oss med en viss förtvivlan anspråk - *"jag är kär i shortsens - funderar på att köpa dem när jag har gått ner typ... 10 kilo. Suck."*⁶⁶. Liknande symptom uppvisas några veckor senare då samma blogginnehavare publicerar bilder på ytterligare ett par shorts som inhandlats.



- *Jag vill ha dina ben litegrann.*
- *Hej ben. Vad fina ni är - slanka och snygga. Vandra hit till mig, vet jag.*
- *Fett snygga shorts, men de är inte dem jag vill köpa. Kan jag få köpa dina ben?*⁶⁷

Då det kommer till den här blogginnehavarskan publicerar hon en rad bilder på sig själv, och ofta i poser och kläder där man antingen ser eller kan antyda stora delar av hennes kropp. Kommentarererna kring hennes utseende är många och nio av tio gånger är dem positiva. Hon får oräkneliga komplimanger som beskriver hur vacker, snygg, sexig och smal hon är. Hon får ofta förfrågningar om hon arbetar som modell, vilket hon brukar förneka då hon säger sig vara för kort för branschen, men vid senare tillfällen har hon erkänt att hon har gjort/gör en del modelljobb vid sidan om studierna.

⁶⁶ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁶⁷ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008



68

Det har varit svårt att analysera den nyss omdiskuterade bloggen enligt samma struktur som övriga bloggar – många läsare är eniga om att blogginnnehavaren sätter det perfekta idealet och det är inte många kommentarer som utmärker sig eller skiljer sig från varandra – i sin korthet berättar de flesta hur vacker och perfekt hon är genom att säga ” jag vill också vara sådär snygg och smal” och ”Vet du att du är typ bland det snyggaste som finns?!”⁶⁹

6.6 Sammanfattning

Det faller sig uppenbart i det här avsnittet att läsare reagerar på de bilder som uppvisas, då de ideligen kommenterar bilderna både positivt och negativt. Vi kan kartlägga skilda åsikter på en och samma bild. Medan somliga läsare uppfattar tjejen på bilden som anorektisk menar andra att hon är vacker och perfekt och finner inget

fel på kroppsform. Detta ser vi tydliga exempel på i såväl bilder av modebloggarna personligen såväl som bilder av modeller. Vi finner det intressanta i det tysta och dolda idealet som smyger fram mellan bilderna från samtliga bloggar. Blogginnnehavarna påstår sig vilja upprätthålla ett värdigt och sunt ideal, ändock fortgår publiceringen av bilder på sig själva där de visar upp sin kropp alltmer än tidigare. Ett flertal bilder ovan påvisar att de även publicerar bilder på sig enbart iförd trosor och linne och jublande kommentarer rasar över dem och den fantastiska kropp och skönhet de sägs besitta. Någonstans på vägen mellan dessa bilder och påpekande över att inte vilja vara ett ideal att jämföra sig med skär kontexten sig i den här typen av modebloggar.

6.7 Modebloggares reflektioner kring kroppsideal

Tre modebloggar fick i det här kapitlet möjligheten att uttrycka sina tankar och föreställningar kring kroppsideal. Vi har valt ut intressanta aspekter ur intervjumaterialet från två av de utvalda bloggarna för att betona och vidare kunna diskutera det vi har behandlat i vårt övriga analytiska material.

⁶⁸ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

⁶⁹ <http://almah.devote.se>, 15 oktober 2008

Genomgående visar tidigare publicerade bilder, som samtliga är tagna ur modebloggar, en illustration av den smala kvinnokroppen. Detta ser vi i bilder på såväl modebloggaren själv, men även på de modellbilder som blivit publicerade. Vi har blivit införstådda med det faktum att det är figuration av den smala kvinnokroppen som tilltalar såväl modebloggaren som dess publik. Vi ställde oss själva frågan *varför? Hur kan det komma sig att förväntningarna inom modevärlden faller på en slank kvinnokropp framför ett allmänt vedertaget sunt kroppsideal?* Vi ställde samma fråga till informanterna, som vi kan namnge Hanna och Sofia, vilka gav två snarlika med ändå skilda svar. Hanna, som själv jobbar inom modellyrket försvarar det rådande idealet inom modellvärlden och menar att det inte föreligger någon smalhets inom yrket, utan att 99 modeller i procentsats är naturligt smala. *”Jag är själv ”modellsmal” och vet att jag och 99 procent av alla modeller ser ut på ett visst sätt - inte på grund utav strikta dieter utan på grund av gener (...)* Jag ser absolut inget fel med att ta in fler plus size eller normalviktiga tjejer i modellvärlden men jag har problem med människor som skyller ätstörningar etc. på modeller. De här problemen tror jag uppkommer på sätt som från början inte har något alls att göra med en bild på en

smal tjej, dessa kanske sporrar i ett senare stadium av smalbesattheten, men det börjar definitivt inte där.”

Vi förstår vad Hanna menar, men samtidigt ifrågasätter vi hennes uttalande. Det föreligger säkerligen en sanning i att flera av de modellerna som ses på catwalken och i modereportage är naturligt smala, men samtidigt måste det finnas en anledning till alla hörsägen om att modeller måste följa ett visst utseende för att kunna konkurrera på marknaden. Hur kommer det sig annars att modellerna nästintill uteslutande följer ett mönster, där man på samtliga bilder ser en exponering av den smala kvinnokroppen? Sofia, som själv arbetar inom modebranschen och är en del av idealskapandet väljer att förklara detta utifrån ett konsument- och publikperspektiv och menar att *”Det finns en väldigt enkel förklaring till varför modeller ser ut som de gör – för att det är det publiken/köparen efterfrågar. Vid flera tillfällen har modetidningar och modeller med yppigare former lyfts fram, men med en följd att produkten man marknadsfört har sålt betydligt sämre. Något som är helt omöjligt att bortse ifrån i en kommersiell bransch. Folk säger att de vill se ”normala” modeller på catwalken och i tidningen men det är uppenbarligen inte det de vill betala för. Innan man ser en*

faktisk förändring i köpbeteendet hos konsumenterna kommer modellerna att vara fortsatt smala. Huruvida det är rätt eller fel är jag inte villig att uttala mig om, jag kan bara konstatera fakta.”

Teorin är här enkelspårig, samtidigt som man kan uppdaga att problematiken kring den är det en obruten cirkel. Om vi ska utgå från Sofias tankegångar föredrar konsumenten att se en smal modell – det får henne (eller honom) att köpa en produkt eller ett modemagasin, alltmedan köpet uteblir om fokus hamnar på en mullig modell. Detta sägs vara ett konstaterande. Samtidigt kan man se det ur perspektivet att en mullig modell i den här kontexten är ytterst främmande på marknaden – detta kan tänkas ge upphov till vanans makt. Det man är van vid köper man – oavsett om det handlar om moderrelaterat material eller en förpackning mjölk – vi väljer det vi är bekanta med. Om normalviktiga/mulliga modeller reguljärt hade figurerat i pressen hade åsikterna förmodligen förändrats över tid och produkten hade sålts i samma utsträckning som då en smal modell marknadsför produkten. Flertalet teoretiker, så som Bartky⁷⁰, Backberger⁷¹, Bourdieu⁷² och Friedan⁷³, pekar alla på

⁷⁰ Bartky (1990)

⁷¹ Backberger (1966), s. 23-28, 53-59

⁷² Bourdieu (1986), s. 136-150

köpkraften i användandet av smala modeller i mediala sammanhang. De hävdar att konsumenter vill se en smal modell marknadsföra en produkt för att lockas till konsumtion – en konsumtion som teoretikerna menar skulle minskas om en normalviktig/mullig kvinna skulle statuera modell istället. Vi ser detta resonemang som en ursäkt för att bibehålla rådande ideal kring den smala kvinnokroppen alltsnarare än en konsumtionsfråga. Vi ser den smala modellen som en vaneprodukt med anledning av att vi som konsumenter inte tycks reagera förrän dess motsats presenteras för oss. Här menar vi exempelvis en mullig modell, en svart skyltdocka eller annat som kan tänkas väcka anstöt eller avvikande från normen. Givetvis är vi införstådda med det faktum att om verkligheten hade sett annorlunda ut, hade vi kanske idag reagerat på den trådsmla modellen istället för den normalviktiga kvinnan som den som faller utanför ramen för perfektion. Om situationen hade varit omvänd, där den normalviktiga kvinnan hade förefallit som norm inom modebranschen, hade försäljningen säkerligen kvarstått i den mån den i dagsläget gör – oberoende av den smala modellen. Någonstans hör ändå Sofias och Hannas åsikter ihop – de verkar

⁷³ Friedan (1968), s. 25-52

båda vara av åsikten att smala modeller säljer produkter och tilltalar publiken och menar indirekt att den smala kvinnokroppen faller inom ramen för ett kroppsideal.

Hanna påstår sig genomgående i intervjun proklamera ett sunt ideal och förespråka en hälsosam attityd till kroppen, då hon säger *”Det publiceras absolut mer bilder på smala kvinnor, men det produceras säkerligen mycket fler bilder på smala kvinnor, särskilt inom modevärlden – det är svårt att komma ifrån. Men jag har nog aldrig känt av ett osunt förhållande till dessa bilder som visas på modebloggar (...)”* Ändock hittar vi publicerade bilder likt den här, med tillhörande bildtext:



Text till bild: *Det är så otroligt mycket jag skulle vilja säga om denna bild, men det går liksom inte – perfekt⁷⁴.*

⁷⁴ <http://gillofilippa.blogg.se>, 15 mars 2008

Hanna säger här att det säkerligen produceras många bilder på smala kvinnor inom modevärlden och att det är svårt att frångå ett sådant faktum. Med betoning på avsnittet kring modebloggar och kommentarer ställer vi oss frågan varför det skulle vara problematiskt att publicera och skapa bilder med ett annorlunda kroppsideal? Kommentarer på bloggarna rasar i många avseenden med anledning av de smala bilderna som uppvisas, ändock tycker Hanna att det är svårt att komma ifrån dessa bilder, men att hon aldrig känt av ett osunt förhållande till de bilder som publicerats. Hur det går ihop med kommentarerna är för oss oförståeligt, för någonstans skär sig tanken att det inte skulle påverka omgivningen då det i klartext har bevisats i läsarkommentarerna – många bilder väcker reaktioner om osunda vanor, så antingen föreligger en förnekelse hos Hanna i hennes resonemang, eller så har hon i sin enkelhet en annan syn på vad som anses vara ett sunt kroppsideal.

Vi teoretiserar det smala idealet som uttalas och rättfärdigas i både Sofia och Hannas blogg utifrån Ekmans uttalande; *”En tidning med genomsnittlig veckouppplaga på 100. 000 exemplar och ambitionen att spegla attityder och trender och tillgodose behov äger också rätten att*

skapa dem”⁷⁵ Vi är av den åsikten att Ekmans även kan anammas på modebloggar i det avseende att modebloggar precis som veckotidningar äger makten att skapa trender genom en trogen läsarskara. Sofia belyser det faktum att det är osäkerhet som skapar normer och inte nödvändigtvis media som koncept när hon säger *”ja, det är en väldig fokus på kroppen i många modebloggar, det kan bero på att många som bloggare är unga och troligtvis fortfarande lite osäkra på vilka de är och hur de ska göra/se ut för att få social acceptans (...)* Att unga personer med smala kroppar når mer framgång i bloggvärlden stödjer ju bara det fakta som presenterade tidigare att folk uppenbarligen gillar att *”konsumera” smala kroppar, vem man ska ”skylla” det på är enligt mig omöjligt.*” Vi tolkar Sofias argument som att kroppsideal möjliggörs av det faktum att unga tjejer i regel finner sig osäkra på sin kropp och därför väljer att exponera sin kropp i ett offentligt forum i hopp om att godkännas av läsare.

6.8 Sammanfattning

Om vi ser till helheten, dels över de modebloggare vi har intervjuat men även enbart analyserat utifrån deras bilder och kommentarer, utgår vi från att samtliga i grund och botten vill framställa en mening

att de står för ett sunt kroppsideal och förespråkar en hälsosam syn på kroppen inom modevärlden. Men då det kommer till reella sakförhållandena skiljer det sig nämnvärt mellan tanke och verklighet – merparten av bloggarna publicerar bilder på underviktiga modeller – inte enbart för att bilderna i sin helhet är vackra, utan för att modellerna tilltalar. Både Hanna och Sofia säger sig vilja upprätthålla ett sunt kroppsideal på så vis att de anser att naturlig slankhet är annorlunda än en påtvingad, och med detta menar de att det smala idealet blir skadligt först då tjejer tvingar kroppen att genomgå extrem viktminskning för att upprätthålla ett ideal. Någonstans däremellan tappar modebloggarna dock sitt ursprungliga uttalande om det sunda kroppsidealet då de trots allt försvarar det smala idealet utifrån att det är en konsumtionsfråga och inte anser därför inte att det smala idealet inom modebranschen är osunt.

7. Slutsats

För att ge svar på frågeställningen vill vi kortfattat sammanfatta de huvudsakliga resonemangen med avsikt att tillstyrka det ovanstående analytiska materialet. Vår huvudsakliga fråga behandlade *vilka kroppsideal som råder i modebloggar*. Utifrån bilderna vi har analyserat kan vi uteslutande säga att den smala

⁷⁵ Ekman (1998), s. 42

kvinnokroppen ligger till grund för den beundran och eftersträvan som pågår genom hela sfären av modebloggar. Vi gick in i uppsatsprojektet med inställningen att den smala kvinnan är normen och ganska omedelbart fick vi bekräftat att *det är så*. Förvisso vill vi sanningsenligt framhålla att ett flertal av de mest utmärkande och extrema bilderna över smala modeller (och bloggare) väckte starka reaktioner bland läsare som ansåg att det förelåg ett mycket osunt ideal bland dessa, men vi vill också påpeka att det likväl existerade en djupare beundran av modebloggare/modeller än vi tidigare hade uppfattning om.

Vi kan överlag se att modebloggare följer ett visst utseende. De är alla smala, hos vissa går det till och med att antyda enligt oss en viss undernäring, och flera av dem skulle tveklöst kunna förväxlas med fotomodeller. Vid första anblick förstår man att det också är vad som eftersträvas – modellerna *är* och *blir* normen för de här kvinnorna. Vi hade en utgångspunkt och en frågeställning där vi ämnade besvara vilka kroppsideal som råder i svenska modebloggar och vilka åsikter kring kvinnokroppen som går att urskilja bland läsarkommentarerna, men även hur bloggaren själv ser på sin roll i skapandet

av ideal – teser och frågor som vi genom arbetets gång har fått besvarade.

Det är svårt att utläsa om blogginnehavarna själva ämnar förespråka något kroppsideal men bilderna som de publicerar anser vi talar för sig själv. Vi insåg vid analyserandet av bloggmaterialen att det föreligger ett tydligt kroppsideal i modebloggar. Av de bilder vi har bearbetat såg vi genomgående en smal kvinna – det förelåg ingen normalviktig kvinna som ville åstadkomma något på bilderna.

Att läsarna påverkas av de bilder som publiceras av modebloggarna är ett uppenbart faktum. Det syns tydligt i kommentarerna som har skrivits under bilderna att läsarna reflekterar över kroppen vilken statueras som föremål på bilderna och mycket avund frambringas i samband. Det är ingen tvekan om att det är den smala kvinnokroppen som föreligger som ideal i bloggarna, så vitt vi anbelangar inte alltid den undernärda, men likväl smala kroppen som i många fall verkar detta ge upphov till ångestframkallande känslor bland läsarna. Vi anser dessutom att ju högre upp i rangen av populära och mest lästa bloggar man hamnar, desto fler läsare påverkar bloggaren och sänder ut (o)medvetna signaler om ideal och perfektion med tillhörande kommentarer som yrkar på att modebloggaren själv

skulle vilja se ut som modellen. Även om detta inte speglar en direkt osäkerhet hos modebloggaren framtvings ändå en åsikt att *”det här är en perfekt kvinna”* vilket i sin förlängning förstås utifrån läsarens egen tolkning.

I intervjuerna med Sofia och Hanna var ett genomgående svar att de personligen ansåg sig upprätthålla ett sunt kroppsideal och att de inte kunde se att de på något sätt gav upphov till ett (osunt) kroppsideal. Dock påvisas motsatsen i bådars bloggar genom publicering av vad vi anser vara extremt smala modeller. De påpekar att de nästintill uteslutande bara får positiva kommentarer om sina kroppar. Som utomstående tolkar vi detta annorlunda. Då vi gick igenom kommentarerna förelåg det mycket riktigt i regel bara positiva kommentarer, men positivt visade sig vara ett annorlunda antagande för oss än för modebloggarna. Alltmedan de menade att de enbart fick beröm för sin kropp såg vi en dyrkan och beundran från läsarna där merparten av de som kommenterade på något sätt eftersträvade att uppnå den kropp som uppvisas på bilderna. Därmed tolkar vi det som Sofia och Hanna upplever som enbart positivt som en del av skapandet av ideal kring den smala kvinnokroppen.

Huruvida bloggläsaren påverkas av bilderna som uppvisas i bloggarna eller ej

kan det säkert råda delade meningar om, men utefter det vi har kunnat förstå utifrån observation av bilderna och dess läarkommentarer påverkas läsarna i högsta grad av de bilder som publiceras. Vi kan exempelvis se att läsarna uppfattar de publicerade bilderna genom att uteslutande göra reflektioner och bedömningar utifrån sin egen kroppsstorlek och utseende, vilket vi anser är den huvudsakliga poängteringen i den här kontexten. Påverkan behöver inte enbart förefalla negativ, då vi anser att en beundran inte nödvändigtvis behöver härledas ur något dåligt, men då det kommer till en beundran så överhängande att läsarna börjar känna ren avund mot modebloggaren/modellen och en ångestframkallande skam över den egna kroppen ser vi en desto starkare påverkningsgrad. Vi har genomgående granskat läsarkommentarer och blivit införstådda med att modebloggarna är ett tillförlitligt medialt uttryck vad gäller att påverka och uttrycka bilder, känslor och åsikter, vilket ger en ännu större anledning att diskutera i vilken grad bilderna uppfattas av läsaren.

Vi vill avsluta den här uppsatsen genom att uttrycka en slutgiltig mening. Att anklaga modebloggarna för att vara upphovsmakare till det rådande idealet är eventuellt en felaktig bedömning, men att

lägga fram ett påstående att de upprätthåller ett redan befintligt osunt kroppsideal är något vi tillåts att göra i kontexten av den här uppsatsen. Huruvida det anses rätt eller fel förhåller vi oss neutrala till, men för att citera Sofia – ”*vi kan bara konstatera fakta*”.

8. Litteraturförteckning

8.1 Tryckta källor

- Aspers Patrik (red.) (2004), *Bild och samhälle – visuell analys som vetenskaplig metod*, Lund: Studentlitteratur
- Backberger Barbro (1966), *Det förkrympta kvinnoidealet*, Stockholm: Bonniers
- Bartky Sandra Lee (1990), *Femininity and domination*, New York & London: Routledge
- de Beauvoir Simone (1949), *Det andra könet*, Stockholm: Nordstedts förlag
- Bourdieu Pierre (1986), *Kultursociologiska texter*, Stockholm: Salamander
- Borgersen Terje (1994), Ellinsen Hein, *Bildanalys – didaktik och metod*, Lund: Studentlitteratur
- Eduard Maud (2007), *Kroppspolitik – om moder Svea och andra kvinnor*, Finland: Atlas
- Ekman Karin (1998), *Var så god – makt, kön och media*, Uddevalla: Rabén Prisma
- Ferguson Marjorie (1983), *Forever feminine – women's magazines and the cult of femininity*, London: Heinemann
- Fowler Roger, *Language in the news. Discourse and ideology in the Press* (1991), New York: Routledge
- Friedan Betty (1968), *Den feminina mystiken*, Stockholm: PAN/Nordstedts
- Frisell Ellburg Ann (2008), *Ett fåfängt arbete – möten med modeller i den svenska modeindustrin*, Stockholm: Makadam
- Greer Germaine (1970), *Den kvinnliga eunucken*, Ungern: Nordstedts faktapocket
- Hirdman Anja (2002), *Tilltalande bilder – genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Falun: Atlas
- Hirdman Anja (2004), *Tilltalande bilder – genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt*, Falun: Atlas
- Holland Patricia (1998), *The politics of the smile: "soft news" and sexualisation of the popular press, in news, gender and power*, London: Routledge
- Holmlund Chris (2002), *Impossible bodies – femininity, masculinity at the movies*, New York: Routledge
- Jacobsen Krag Jan (1993), *Intervju – konsten att lyssna och fråga*, Lund: Studentlitteratur
- Jacobson Maria (red.) (2004), *En handbok i mediekritik*, Malmö: Allt är möjligt
- Kitch Carolyn (2001), *The girl on the magazine cover – the origins of visual stereotypes in American mass media*, The university of North Carolina press

Lakoff Tolmach Robin, Sheer Rachel, (1984), *Face value. The politics of beauty*, Boston: Routledge

Åse Cecilia, (2000) *Makten att se – om kropp och kvinnlighet i lagens namn*, Malmö: Liber

8.2 Otryckta källor

<http://www.sjukvardsradgivningen.se/artikel.asp?CategoryID=22483>, 21 juli 2008

<http://www.historiskamedia.com/o.o.i.s?id=43&vid=593>, 21 juli 2008

http://llnw.image.cbslocal.com/0/2007/09/26/320x240/images_sizedimage_269175653.jpg, 30 november 2008

<http://www.dn.se/DNet/jsp/polopoly.jsp?d=1637&a=350384&viewAll=true>, 28 juli 2008

http://www.e24.se/branscher/reklammedia/artikel_759165.e24, 10 november 2008

<http://technorati.com/weblog/2007/04/328.html>, 26 december 2008

<http://www.bloggtoppen.se/kategori/mode/>, 28 december 2008

<http://imilk.blogg.se>, 2 mars 2008, 25 mars 2008, 30 mars 2008, 4 maj 2008 och 25 juni 2008

<http://gillofilippa.blogg.se>, 15 mars 2008 och 20 september 2008

<http://almah.devote.se>, 2 mars 2008, 20 juni 2008, 20 september 2008 och 15 oktober 2008

9. Bilaga 1: Intervjufrågor till modebloggare

1. Hur ser du på kroppsidealet som råder i samhället? Vilken typ av kvinnokropp skulle du säga är det allmänt vedertagna idealet? Hur ser kvinnan ut? Är hon smal, kraftig, lång, kort? I enkel mening – *vilket utseende har den ideala kvinnan?*
2. Vilken känd kvinna skulle du säga har den snyggaste kroppen, men hänvisning till ditt svar på förgående fråga?
3. Vilka kroppsideal anser du finns bland modeller? Vad tycker du om dessa?
4. Tycker du att de förväntningarna på en slank kropp som finns i modellvärlden är korrekt, eller skulle du hellre se fler kvinnor av varierande storlek på catwalken/i modereportagen?
5. Är plus-modeller ett bra initiativ i modellvärlden, eller ser kläderna helt enkelt sämre ut på modeller av större karaktär än vad de gör på de modellerna vi vanligtvis ser?
6. Hur ser du på Internets möjligheter att påverka människor? Varför tror du att mode- och skönhetsbloggar har blivit ett så populärt fenomen?
7. Vad anser du generellt om modebloggares syn på kropp och ideal om du tänker på bilder som publiceras och diskussionen om kropp och hälsa?
8. Tycker du att det råder en viss stämning bland modebloggare? Är det exempelvis alltid en viss typ av kroppstyper som representeras vid bildvisningar?
9. Är det ett sunt synsätt som uppdagas eller ligger det stort fokus på en viss typ av kvinnokropp?
10. Vad anser du om skönhetsidealen som råder? Anser du att smink eller andra skönhetsprodukter är viktiga för att framhäva en kvinnas feminina sida och gör henne vacker?