

Medie- och kommunikationsvetenskap MKVA21:4

Institutionen för kommunikation och medier

Lunds universitet

Vårterminen 2011

Författare: Emelie Nyman, Lisa Orander & Sara Nykvist

Handledare: Tina Askanius

Examinator: Emilia Ljungberg

Hi my YouTube-friends!

- En studie om videobloggning och jaget som symboliskt projekt



Abstract

- Uppsatsens titel:** ”Hi my YouTube-friends!” - En studie om videobloggning och jaget som symboliskt projekt
- Institution:** Lunds universitet, institutionen för kommunikation och medier
- Kurs:** MKVA21:4, B-uppsats, VT-2011
- Författare:** Emelie Nyman, Lisa Orander och Sara Nykvist
- Handledare:** Tina Askanius
- Nyckelord:** YouTube, videoblogg, självreflektion, jagbildningsprocess
- Problem:** YouTube fungerar idag nästintill som en vardagsrutin för många, och personliga videodagböcker har blivit ett alltmer utbredd fenomen. Det saknas studier kring förhållandet mellan mottagare och videobloggare på YouTube och hur detta kan förstås i samband med perspektivet om jaget som symboliskt projekt.
- Syfte:** Uppsatsen ämnar att öka förståelsen för hur videobloggen kan verka som en del av en större jagbildningsprocess för YouTube-användare. Vidare är vårt syfte att utröna hur självreflektion tas i uttryck genom detta forum samt hur jaget kan produceras och reproduceras med videoblogg som verktyg.
- Metod:** Vi har använt oss av en kvalitativ textanalys, med hjälp av semiotikens metoder, för att få svar på våra frågeställningar och syfte. Videobloggaren Cindy, med alias *fatty2slim* på YouTube, har analyserats. Fyra strategiskt utvalda videoklipp med tillhörande kommentarer har insamlats för att sedan utföra en tematisk textanalys.
- Slutsatser:** Cindy och hennes mottagare har uppvisat ett beroendeförhållande gentemot varandra. Båda parter har visat exempel på hur självreflektion kan komma till uttryck genom YouTube, bland annat genom att de låtit sig influeras av varandra. Vi kunde även observera flera reproducerade myter genom Cindys videoblogg: myten om den moderna kvinnan, myten om den omhändertagande kvinnan samt myten om den amerikanska drömmen.

Innehållsförteckning

1 Inledning	4
1.1 Syfte och frågeställning	4
2 Metod	5
2.1 Varför textanalys?	5
2.2 Vad ska studeras?	6
2.3 Tillvägagångssätt	7
2.4 Empiri	7
2.5 Metodisk reflektion	9
3 Teori	9
3.1 Medierad gemenskap och interaktion	9
3.2 Kontextkollaps	10
3.3 Jaget som symboliskt projekt	11
3.4 Olika rollframträdanden	12
4 Analys	12
4.1 Själreflektion och självframställning	12
4.2 Maktrelationer	16
4.3 Motsägelsefullt framträdande.....	18
4.4 Dialektiskt utbyte	20
4.5 Intimitet på avstånd.....	22
4.6 Tilltro till betydelsefulla andra.....	25
5 Slutdiskussion	27
6 Källförteckning	30
6.1 Tryckta källor	30
6.2 Elektroniska källor	31
7 Bilagor	32

1. Inledning

“So much has happened in 2010 as well as the past 3 years I have been here on YouTube. /.../My mom passed away in February of 2008 and I made a promise to her I would lose the weight and become a healthier me. I lost a total of 92 pounds right here on YouTube. I also trademarked a beauty products line, I was on national TV about my weight loss, I got engaged, I’ve completed planning a wedding, I visited my fiancés family in Colombia where I spent the month of January of 2010 and had so much fun.” (fatty2slim 2010-12-23)

Cindy, med alias *fatty2slim* på YouTube, har sedan februari 2008 försökt gå ner i vikt med YouTube som verktyg. Hon har sedan 2008 fört videodagbok cirka en gång i veckan där hon personligt berättar om sin vardag med fokus på sin viktnedgång. Cindy har grundligt redogjort för alla de medel hon tagit till för att gå ner i vikt. Hon figurerar som en motiverad och engagerad mentor gentemot andra YouTube-användare på många plan, bland annat genom hennes livsstil. Cindy menar att mottagarnas respons och forumet YouTube varit en viktig motivationskälla i hennes viktnedgångsprocess. Hon har 8 777 YouTube-användare som prenumererar på hennes videoklipp och har haft drygt två miljoner visningar sedan hon startade sin videoblogg (*fatty2slim* hemsida).

YouTube grundades 2005 och är ett forum där vem som helst kan titta på och distribuera videoklipp. Under 2010 lades det upp 35 timmar videoklipp varje minut (YouTube hemsida). YouTube kännetecknas av en känsla av gemenskap som främst upprätthålls av användarskapta videobloggar. Fenomenet videobloggning kommer ursprungligen från webbkamerakulturen, personligt bloggande och den ”bekännande kulturen”, som till exempel vardagsinriktade tv-talkshower och dokusåpor (Burgess & Green 2009:94).

1.1 Syfte och frågeställning:

Uppsatsen ämnar att beskriva och utreda hur identitetsskapande kan produceras och reproduceras genom medierad interaktion. Vi vill därmed utöka förståelsen för hur internet, med sina plattformar för medierad interaktion, kan fungera som ett verktyg i en del av en större jagbildningsprocess. Genom att anta ett semiotiskt perspektiv på videobloggning samt att utföra en tematisk textanalys av tillhörande kommentarer och interaktioner kan detta samband analyseras. Vi studerar videobloggarens självrepresentation för att vidare kunna förstå denna som en del av mottagarnas identitetsskapandeprocess.

Vår huvudsakliga frågeställning för att besvara syftet är:

- Hur kan man förstå videobloggning som en del av en större jagbildningsprocess för YouTube-användare?

Med underfrågorna:

- Hur kommer självreflektionen till uttryck i videobloggen?
- Hur produceras och reproduceras jaget med videodagboksföring som verktyg?

2 Metod

2.1 Varför textanalys?

För att kunna besvara våra frågeställningar använder vi oss av en kvalitativ textanalytisk metod. Då vårt syfte och våra frågeställningar kräver en relativt djupgående analys av vår empiri är den kvalitativa metoden bäst lämpad. En sådan analys hjälper oss att besvara hur videoklippen konstruerar betydelser och skapar mening. Den tillåter oss följaktligen att fokusera på hur texten följer eller bryter mot allmänna gemensamma uppfattningar och hur denna skapar en relation till mottagaren (Ledin & Moberg 2010:155). Med denna metod som utgångspunkt ser vi vårt studieobjekt som mångtydig och som något som måste tolkas för att kunna förstås (Östbye et al. 2002:65). Textanalysen hjälper oss vidare att medvetandegöra sådana aspekter som mottagarna av texten saknar begrepp för att kunna beskriva. Metoden tillämpar sig bäst på vårt material då vi är intresserade av hur videobloggen konstruerar jaget genom dess specifika textinnehåll. För att konkretisera vår analys väljer vi det begrepp och analysredskap som mest fördelaktigt belyser vår valda text, närmare bestämt semiotiken (Östbye et al. 2002:63,70). Denna metod är gynnsam för oss då den, precis enligt vår studies syfte, ser mottagaren spela en aktiv roll. Mottagaren ses enligt detta perspektiv som en aktiv aktör som hjälper till att skapa textens betydelse med hjälp av dennes kulturella erfarenheter. Enligt semiotiken är det den sociala samverkan som är utmärkande för individerna i en kultur, som till exempel medlemmar av YouTube. Vi utgår från denna skola och studerar därför texter som sociala och kulturella konstruktioner av olika tecken. Tecken står i relation till individens användning av dessa och kan därmed enbart förstås i detta sammanhang. Genom att studera koder uppbyggda av olika tecken får vi kunskap om samhällets och kulturens gällande krav. För att en kultur skall kunna fortleva krävs det att dess tecken och koder reproduceras (Fiske, 1990:13,61-62). Då vi utröner hur videobloggen kan förstås som en del av en större jagbildningsprocess måste vi undersöka dess sociala och kulturella kontext.

Semiotiken är ett verktyg som lämpar sig för en sådan studie då denna tillåter oss att se texten som betydelsefull i dess kulturella sammanhang.

Vår studie utgår delvis från den semiotiska skolan, vilket innebär att vi betraktar mottagaren som en lika delaktig och aktiv aktör som producenten (Fiske 1990:61). Därför är det viktigt för oss att utreda hur videodagbokens budskap tas emot av mottagarna. Då Cindys alla videoklipp är försedda med tillhörande kommentarer har vi tillgång till användarnas reflektioner i textform, och behöver därför inte utföra intervjuer för att få mottagarnas perspektiv. Således kan vårt empiriska material bäst analyseras genom en textanalys, vilket resulterar i att vi använder oss av en tematisk textanalys av de tillhörande kommentarerna för att skapa oss en bild av publikens mottagande (Östbye et al. 2002:70).

2.2 Vad ska studeras?

Det finns en enorm mängd olika videobloggare på YouTube, men då vi arbetar under en begränsad tid måste vi koncentrera oss på en videobloggare. När vi hade sökt efter ett studieexempel kom vi över videobloggaren Cindy som gav sken av att vara ett intressant studieområde. Vi koncentrerar oss därför på henne eftersom hon bland annat utgör ett bra exempel genom att fortfarande vara aktiv och inneha ett stort arkiv med material. Det faktum att hon fortfarande håller sig aktiv inom YouTube och att hon inte blivit känd utanför gör att vi får ett mer specificerat material att undersöka. Om hon hade tagit sig vidare utanför YouTube hade vi fått inkludera fler aspekter som inte befinner sig inom denna plattform. Hon har även en kontinuerlig interaktion med sina mottagare, och detta är även intressant för vår undersökning då hennes målsättning med videodagboken har fått stor respons från mottagarna. Vi vill öka förståelsen för hur hennes aktiva interaktion med dessa kan vara en del av en större identitetsbildningsprocess.

Vi undersöker först Cindys självpresentation i videoklippen, där vi försöker upptäcka de olika medel som Cindy använder sig av för att upprätthålla en önskad självbild. Vi identifierar även olika återkommande teman som presenteras genom Cindys videoblogg, som vi sedan sätter i relation till mottagarnas respons i form av en tematisk textanalys av tillhörande kommentarer. Detta för att kunna ta reda på hur Cindys budskap mottagits av andra YouTube-användare.

Cindys videoblogg är en väldigt specifik videoblogg då den till största del är inriktad på viktminskning, vilket ingår i en särskild genre inom fenomenet videoblogging. Detta innebär att vår studies resultat enbart går att jämföra med andra videobloggar som ingår i samma genre och som har samma syfte. Cindys respons och interaktion med andra har även visat att

mottagarna befinner sig i samma situation som henne, det vill säga i en viktningsprocess. Våra resultat är därför endast representativa och jämförbara för videobloggar inom genren viktningsprocess. Då vi fokuserar på en videodagboks-förare kan vi få en djupare förståelse för hur videobloggar med inriktning på viktningsprocess kan ha betydelse för en större jagbildningsprocess.

Anledningen till att vi väljer att studera videobloggning och inte vanliga bloggar beror delvis på att det redan forskats mycket kring hur bloggar kan förstås som en del av större identitetsprocesser. Det har forskats lite om videobloggning i samband med jagbildningsarbetet och därför är detta ett extra intressant studieämne. Det som vi ytterligare finner intressant vad gäller videobloggande är att det skapar en slags dialog ansikte mot ansikte som inte är möjligt genom en vanlig blogg. I en skriftlig blogg får läsaren följa producenten genom text, medan videodagböcker tillåter mottagarna att följa producenterna med bild, ljud, kroppsspråk och mimik, vilket mer liknar en verklig och direkt konversation. Detta innebär att videodagböcker inbjuder till en annan slags interaktion med mottagarna än vad en vanlig blogg gör, och en annan slags dialog och samhörighet kan därmed skapas.

2.3 Tillvägagångssätt

Vi börjar vår undersökning med att granska Cindys samtliga publicerade videoklipp för att sedan tydliggöra några återkommande teman och ämnen. Genom vår semiotiska analys kan vi blottlägga underliggande mönster med hjälp av tecken och koder. Då vi väljer att använda oss av detta perspektiv ser vi texten som bestående av olika nivåer av tecken. Den första betydelsen vi får av texten kallas för denotation och är en otolkad och given mening. Genom en fördjupning av texten kan vi få tecknets underliggande betydelse, även kallad för konnotation. Vi måste anta att konnotationerna är intersubjektiva, det vill säga att andra inom samma kultur delar samma uppfattning om textens konnotation (Fiske 1990:117-119). På den konnoterande nivån får vi tillgång till så kallade myter som innehar en specifik konstruktion och historisk placering (Strinati 2004:104). Det är på denna djupare nivå som vi kan finna den aktiva interaktionen mellan texten och användaren. Detta ger oss vidare förståelse för rådande kulturella föreställningar om en specifik aspekt av verkligheten (Fiske 1990:121-125).

Vi utgår från fyra återkommande teman vi kan finna i Cindys videoblogg: hälsa, skönhet, karriär och sociala nätverk. Dessa teman fördjupar vi oss i, utefter vår valda teori, som får ligga till grund för vår analys. Vi formar även ett tematiskt analyschema (se kapitel 7 Bilagor) utifrån dessa teman. Analyschemat använder vi oss av i vår textanalys, av de tillhörande kommentarerna, för att utröna hur Cindys budskap tas emot av mottagarna. Detta

inleder vi med att samla in kommentarerna i ett dokument, för att sedan kategorisera kommentarerna utefter vårt analyschema. Genom att sätta Cindys upprepande teman i relation till mottagarnas respons kan vi på så sätt uttolka hur videobloggen kan förstås som en del i en större jagbildningsprocess.

2.4 Empiri

Som vi diskuterade ovan har vi under vår analys av Cindys samtliga videobloggar påträffat fyra upprepade och dominerande teman. Dessa teman är olika medel som hon använder sig av för att upprätthålla en önskad självbild gentemot andra YouTube-användare, och det är dessa fyra teman som vår analys främst kretsar kring. För att tydliggöra vår analys har vi valt ut fyra videoklipp som representerar och exemplifierar dessa teman. Videoklippen är omdöpta till videoklipp 1, 2, 3 och 4 för att vi lättare kan referera till dessa genom vår analys. Här använder vi även oss av de tillhörande kommentarerna till dessa fyra videoklipp, vilka exemplifierar hur mottagarnas respons ser ut. Eftersom vårt studiematerial befinner sig på en föränderlig arena måste vi ta hänsyn till videobloggens dynamiska karaktär. Vi arkiverar därför de videoklipp och kommentarer vi väljer att belysa för att undvika att innehållet förändras.

Nedan följer en kort denotativ beskrivning av varje videoklipp vi väljer att använda oss av som exempel i vår analysdel.

I videoklipp 1 (fatty2slim 2008-04-18) är Cindy positionerad nära kameran så att endast hennes ansikte och axlar syns och hennes blick är riktad mot kameran. I klippet resonerar hon om att hon börjat få bra rutiner vad gäller träning och kost och att detta har gett henne mycket energi. Hon äter varannan timme och 1300-1500 kalorier per dag, vilket hon påstår är till stor hjälp för henne. Hon berättar att hon har en veckomeny för vad hon ska äta varje dag i veckan. I klippet förklarar hon även hennes problematik kring att inte kunna äta vad hon vill.

Videoklipp 2 (fatty2slim 2008-08-30) inleds med citatet "*Oh my gosh, I'm so excited! I love LOVE beautyproducts, It's what I do for a living!*". I detta videoklipppet sitter Cindy precis som vanligt med ansikte och axlar i fokus och riktade mot kameran. I klippet ger hon skönhets tips och rekommenderar olika produkter som hon älskar. Hon tipsar bland annat om sina egna produkter som hon utvecklat och lanserat.

I videoklipp 3 (fatty2slim 2009-04-01) sitter Cindy som vanligt med ansiktet riktat mot kameran. Hon har ett annorlunda ansiktsuttryck och ler inte lika mycket och ofta som hon annars brukar. Hennes blick flackar från kameran då och då. Hon börjar klippet med att be om ursäkt för att hon inte uppdaterat med något videoklipp på ett tag. Hon menar att hon varit

extremt upptagen då hon precis startat sitt eget sminkmärke, vilket inneburit en hel del arbete för henne. Vidare säger hon att hon periodvis arbetat 60-70 timmar per vecka och knappt haft någon tid över för att umgås med vänner. Trots hennes för tillfället hektiska liv pratar hon om att hon fortsatt med sina motionsvanor, det vill säga träning fem gånger i veckan.

"The people around me ask me how do I do it. But that part is really important for me, like I said, this is a lifestyle change. That is something that I need to do and especially since I'm working a lot it's really important that I work out and release stress."(fatty2slim 2009-04-01)

Videoklipp 4 (fatty2slim 2008-06-10) visar i stort sett enbart Cindys överkropp, ansiktet är riktad med blicken mot kameran och hon pratar med ett brett leende på läpparna och en energisk och övertygande röst. Hon pratar i klippet om motivationstips som bland annat handlar om vikten av att ha ett väletablerat nätverk bakom sig. Här poängterar hon att hennes motivation under sin viktnedgång kommit från hennes fantastiska vänner, familj och hennes så kallade YouTube-vänner. Hon poängterar vikten av att ha positiva människor omkring sig och säger detta extra tydligt och långsamt.

2.5 Metodisk reflektion

Kvalitativa studier är inte speciellt regelstyrda eller entydiga, men de bör vara noggrant utförda. Genom att använda oss av en kvalitativ metod har vi möjlighet att få en hög validitet. Reliabiliteten blir dock låg eftersom vi inte kan säga att våra resultat är representativt för en större skara (Aspers 2007:30-31).

En textanalys av enbart videoklippen är inte tillräcklig för vår frågeställning och kan inte ge oss någon information om mottagarnas perspektiv. För att få både sändarens och mottagarens perspektiv väljer vi därför att komplettera vår undersökning med en tematisk textanalys av kommentartrådar. Dessa kommentartrådar ger oss dock inte en fullständig bild av mottagarnas perspektiv, då de endast utgör ett axplock av de som tittar på videoklippen. Vi är medvetna om att vår slutsats inte blir allmängiltig utan kommer enbart vara en fingervisning kring hur man kan förstå fenomenet inom denna specifika kontext.

3 Teori

3.1 Medierad gemenskap och interaktion

Michael Strangelove (2010:103) skriver att idén om internetgemenskaper har funnits länge, trots skeptiker som ifrågasatt om man faktiskt kan uppnå riktig gemenskap på nätet. Många internetanvändare ser sig själva som en del av en gemenskap, detta gäller speciellt engagerade YouTube-användare. Tiotusentals av amatörvideor som är adresserade till YouTubeforumet laddas upp varje dag och deltagandet i sådana onlinegrupper leder till en känsla av samhörighet och kan skapa ett djupt engagemang. Medlemmar av virtuella forum tenderar att tro att de känner till personligheterna hos de andra medlemmarna och att de både upplever och observerar mer personliga förhållanden.

Videobloggarnas tyngdpunkt ligger på mottaglighet, omedelbarhet och konversation vilket på det sättet påminner om interpersonell kommunikation ansikte mot ansikte. Videobloggar är en kommunikationsgenre som inbjuder till direkt respons av olika slag som förmedlas via kommentarer till videoklippen: kritik, debatt och diskussion (Burgess & Green 2009:54). Detta kallar Thompson (1995:257-259) för en medierad kvasiinteraktion, som innebär nya former av intimitet och relationer. Han menar att det finns en viss skillnad mellan kommunikation ansikte mot ansikte och medierad kvasiinteraktion. Den förstnämnda innehar en intimitet och ömsesidighet, medan den sistnämnda är en form av intimitet som inte behöver vara ömsesidig. Cindys framträdande, liksom andra framträdande på YouTube, *kräver* dock inget gensvar av sina mottagare. Detta är jämförbart med förhållandet mellan fan och kändis där avståndet och otillgängligheten skapar en slags dyrkan och föreställning om kändisen. Detta förhållande är befriat från de ömsesidiga skyldigheter som krävs vid ett ansikte mot ansikte förhållande. Medieutvecklingen, vad gäller nya medierade former av kommunikation, tillför även mycket till jagbildningsprocessen. Den förvandlar och upprättar möjligheter att se andra världar och andra sätt att leva som mottagarna kanske inte skulle kommit i närheten av i sina egna liv. Individer tar till sig denna information i olika grad, det vill säga de sovrar i den och sätter den i relation till tidigare erfarenheter.

3.2 Kontextkollaps

Vad vi har upptäckt har det inte forskats mycket om just videobloggar som en del i jagbildningsprocesser, utan mer generellt om medias effekter på individer. Michael Wesch (2009:19-34) har forskat mycket om medias effekter på samhället och kulturer. Han skriver i artikeln "*The Journal of Media Ecology Association*" att genom de nya medierna, som uppkommer dagligen, utvecklas nya former av självmedvetenhet och sätt att relatera till sig själv och vilka vi är i förhållande till andra: "*We are shocked into new forms of sudden self-awareness.*" (Wesch 2009:21). Den djupa personliga videobloggen är ett fenomen som har

blivit alltmer utbredd och som riktar sig till ickeadresserade mottagare. Wesch talar om att producenterna av YouTubeklipp saknar kunskap om vilken kontext den enskilda mottagaren befinner sig i. Då det är en sådan stor mängd kontexter som faller samman vid det specifika inspelningsmomentet uppstår det en *kontextkollaps*. De välbekanta strukturerna som hjälper till att begränsa och definiera kontexten försvinner då videobloggaren istället måste adressera en mängd okända mottagare. Wesch anser det problematiskt med en sådan stor mängd mottagare med olika preferenser och perspektiv. Detta då han menar att vi analyserar vårt eget jag utefter hur distanserade andra uppfattar oss. När vi har ett större antal avlägsna mottagare av våra framställningar, från olika kontexter, innebär detta att jaget utvärderas av nästan ohanterligt många olika åsikter. Han hänvisar till Charles Horton Cooley som pratar om ”spegeljaget”, som innebär att vi ser oss själva genom andras syn på oss. Detta bidrar till att videobloggaren kastas in i en process av självanalys när det finns en omedvetenhet om vilken publiken är (Wesch 2009:19-34).

Eftersom man under inspelningen av en videoblogg inte har någon publik tillåts man vara mer sig själv i en trygg sfär. Det blir en medveten, eller omedveten, ostörd och inåtriktad konversation med jaget och en känsla av en djup mänsklig samhörighet utan några tvång. Videobloggarnas publik har möjlighet att ta del av en mängd tillfällen av självreflektion i videoklippen (Wesch 2009:19-34). Detta skapar även förutsättningar för att kunna uttrycka några av de aktuella konflikter och kriser som präglar samhället (Buckingham 2008:3). Burgess och Green (2009:29) anlägger ett kritiskt perspektiv angående att det finns en viss osäkerhet kring videobloggars autenticitet, vilket innebär att mottagarna bör vara kritiska till självframställningen.

3.3 Jaget som symboliskt projekt

John B. Thompson (1995:260-263) ser medier som en del av en större jagbildningsprocess. Han menar att jaget är en aktivt pågående symbolisk process som ständigt influeras och sammanförs med det specifika tillgängliga symboliska materialet, och att det härigenom skapas en självidentitet. Genom vår självpresentation återger vi berättelser om oss själva, som förändras över tid och förmedlar var vi står i nuläget och vart vi är på väg. Allteftersom det symboliska materialet förändras under individens liv förändras också självidentiteten, då denne omdefinieras när nya erfarenheter görs och dessa sätts i relation till de gamla. Jagbildningen har i takt med den ökade tillgången av medierade kommunikationsformer blivit allt mer beroende av dessa. Den rikliga tillgången av detta symboliska material bidrar till en ökad möjlighet för individerna att få inblick i andras liv och andra sätt att leva. Därmed ökar

den kritiska reflektionen av det egna livet och jaget genom den symboliska distanseringsprocess som sker. När individer konstruerar sig själva baserar de ofta sina förväntningar i viss mån på det materiella utgångsläge de har i sina liv eftersom detta faktum blir viktigt för vad de kan förväntas uppnå, och vad som är rimligt att hoppas på i deras liv. Vi är inte längre platsbegränsade när vi ska interagera utan kan göra detta oavsett tid och rum tack vare kommunikationsmedierna, något som utgör en stor del i jagbildningsprocessen.

Anthony Giddens (1997:95) menar, precis som Thompson, att självet är konstruerat som ett reflexivt projekt; individen skapar sig själv under livets gång. Självet är därför helt tomt, eftersom psykologiska behov och processer tillsammans bidrar till utvecklingen av självet jagbildningsprocess. Vad individen sedan blir beror på hans eller hennes handlingar, alltså hur de bidrar till sin egen jagbildningsprocess.

3.4 Olika rollframträdanden

När en individ spelar en roll utgår denne ifrån att intrycken han sänder ut tas på allvar av mottagarna och tolkas som äkta. Uppfattningen om att individen gör sitt framträdande och spelar sitt spel till ”förmån för andra människor” är vanlig. Individen försöker skapa ett intryck av äkthet bland dem han omges av. Individen kan till och med övertyga sig själv om att den roll han spelar är äkta tack vare sitt eget övertygande framträdande, fast den inte alltid är det (Goffman 1959:25-26).

Goffman (1959:28-29) använder begreppet *framträdande* för att beskriva den aktivitet som en individ exponerar under en tid av kontinuerlig kontakt med en viss publik och som framträdaren har ett visst inflytande på. Med *fasad* menar Goffman den del av individens framträdande som återkommande definierar framträdandet på ett standardiserat sätt inför observatörerna. Denna utrustning kan användas avsiktligt såväl som oavsiktligt.

4 Analys

4.1 Självreflektion och självframställning

Cindys videobloggning kan förklaras med hjälp av Erving Goffmans syn på framträdanden. Han menar att ett framträdande är en handling vid ett visst tillfälle som syftar till att påverka dess publik. Detta stämmer väl in på Cindys presentationer på YouTube där hon syftar till att förmedla vissa budskap till mottagarna. I hennes videobloggar uppvisar hon en fasad som redan är planerad sedan tidigare, vilket kan kallas för en *roll*. När Cindy framför denna roll regelbundet inför samma mottagare uppstår det ett socialt samband, som förutsätter att mottagarna tar rollframträdandet seriöst och att Cindy ständigt presenterar sig trovärdigt. Då

hon tagit på sig en roll som en förebild vad gäller viktninskning är det således viktigt att införliva denna bild som tillförlitlig (Goffman 2006:23-25). Goffman (2006:27) menar vidare att framträdanden har ett visst inflytande på mottagarna vid kontinuerlig exponering för samma mottagare. Alltså kan Cindys självpresentation i sina videoklipp sägas ha en viss betydelse för hennes mottagare, då hon regelbundet publicerat nya videoklipp i cirka tre år och därför varit närvarande för sina mottagare under en längre period. När vi gör ett framträdande krävs det att det *socialiserar*, det vill säga anpassas efter samhällets rådande krav och förväntningar (Goffman 2006:37). Cindy har en relativt dynamisk karaktär då hon presenterar och representerar en hel del olika myter om stereotypa ideal i vårt samhälle. Vissa myter är motsägelsefulla gentemot varandra, som vi berör mer senare i vår analys.

Sociala fasader innebär redan bestämda regler för hur fasaden skall uppvisas. När vi tar oss an en särskild social fasad som etablerats och blivit institutionaliserad finns det förväntningar angående hur denna fasad skall te sig (Goffman 1959:33). När Cindy börjar föra videodagbok tar hon på sig en socialt etablerad fasad som innebär att mottagarna kräver ett visst rollframträdande från henne. Detta då det finns sociala stereotypiska förväntningar för hur en videobloggare skall agera i det offentliga ljuset. Då Cindy figurerar i en speciell genre, det vill säga viktninskningengenren, innebär detta att hon även måste upprätthålla en bestämd roll med en viss jargong för att kunna representera denna sociala sfär. Fasader är ofta etablerade i förväg. Det finns i olika situationer ett visst ”utbud” av fasader, de är sällan helt nya (Goffman 1959:33). Cindy framställer sig själv som en väldigt strukturerad människa och har utförliga planer angående sin nya livsstil. Hon har till exempel skapat en träningsplanering som hon ger sken av att följa enligt punkt och pricka. Vidare pratar hon ofta om sina fysiska aktiviteter, såsom simning, och hon framställer sig själv som en sund och aktiv person. Denna framställning är i enlighet med vad mottagarna förväntar sig av Cindy, då hon tagit på sig denna socialt etablerade fasad.

Det är dock hennes matvanor som får störst utrymme i samtliga videoklipp, och hon pratar ständigt exalterat kring hur mycket hon älskar vissa maträtter och att äta överlag. Detta visar på att hennes relation till mat antagligen har varit en stor del av orsaken till hennes övervikt. Goffman (1959:44) förklarar att när vi gör ett framträdande måste vissa handlingar döljas om dessa inte uppfyller de rådande idealnormerna. Cindy måste vidmakthålla den sociala fasad hon tillskrivits och måste alltså leva upp till mottagarnas förväntningar på hennes rollframträdande som hälsosam. Hon måste alltså under sina framträdanden dölja de handlingar som inte är i enlighet med de normer som mottagarna förväntar sig av henne. Cindy ägnar knappt någon uppmärksamhet till det faktum att hon haft ett komplicerat

förhållande till mat, då detta inte lever upp till den bild hon förväntas leverera. Hon visar endast den polerade ytan och inte sitt fullständiga jag.

Cindy pratar ofta väldigt gott om viktningsningens fördelar och effekter. Hon upprepar återkommande att hennes viktningsning ger henne mycket energi vilket nästan blir som en slags propaganda för bantning. Alla som vill eller orkar kan med hjälp av den ökade globaliseringen av media ta in budskap som förmedlas härigenom. Cindys videoblogg ger individer tillgång till symboliskt material som de kanske aldrig personligen skulle kunna få erfara i verkliga livet (Giddens 1991:11). Giddens (2010:127) menar att YouTube förser oss med en ny möjlighet att få insyn i det extraordinära i en vanlig människas vardagsliv. Mottagarna till Cindys videoblogg får regelbundet ta del av hennes livserfarenheter. Individer som är i hennes situation, och som vill uppnå samma resultat som henne, kan ta lärdom av hennes budskap och få erfarenheter som de kanske inte hade fått i annat fall.

“We are all producers, producing ourselves. Re-taking identities. Editing our own stories. Playing with identity.” (Wesch 2008-07-26)

Cindy jobbar aktivt med att presentera sig själv som en driftig karriärkvinna med många järn i elden. Hon pratar regelbundet om sitt uppbookade schema och förklarar att hon schemalägger sina dagar till punkt och pricka. Hon upprätthåller ständigt myten om den moderna kvinnan som är uppbookad från morgon till kväll, men att hon trots detta lyckas ha ett socialt och aktivt liv. Vår kultur förklarar aspekter av verkligheten med hjälp av sådana myter (Fiske 1990:121). Hon poängterar ofta att hon äger sitt eget företag vilket ytterligare visar på hennes driftighet. Cindys fasad representerar följaktligen de egenskaper som förväntas av en framgångsrik person. Allt hon gör och säger är ständigt planerat in i minsta detalj och hennes dagar är dessutom strukturerade timvis. Cindy har alltid nya uppsatta mål som hon vill uppnå, bland annat inom hennes karriär. Detta målinriktade fokus förstärker och reproducerar bilden av hur den moderna kvinnan förväntas vara inom vår kultur.

Weber och Mitchell (2008:41) menar att medieproduktion, som till exempel videobloggar, bidrar till identitetskonstruktion då den bland annat underlättar reflexiviteten: den bidrar till att individer tvingas se på sig själva, ibland från nya perspektiv, för att vidare ändra sina självrepresentationer. Respons från publiken kan påverka hur vi tror att andra uppfattar oss. Cindy erkänner att hon har försummat sin kropp samtidigt som hon framhåller starkt att hon är väldigt noggrann med sitt utseende. Hon hävdar att hon har ett bra

självförtroende, men ursäktar sig trots detta varje gång hon inte sminkat sig eller när håret inte ligger perfekt, och har därför anpassat sig och redigerat sitt jag efter mottagarnas åsikter.

Strangelove (2010:80-82) skriver att många har antytt att videodagböcker reflekterar en överdriven självabsorbering. Som Margareth Griffith observerar har videodagböcker en narcissistisk ton. Tidiga studier av dagboksskribenter visade att detta hade att göra med att de ”talade” med sig själva. Wesch (2009:19-34) förklarar detta med att en videobloggare producerar sitt framträdande åskilt från mottagarna och denne får då inte någon direkt respons under produktionen. Det blir därför alltid en oavbruten inåtvänd konversation med det egna jaget. När Cindy framträder är hon, liksom alla andra videobloggare, självfokuserad och är den enda i rummet. Därmed sätts en reflektion igång över hur hennes självpresentation artar sig och hon skraddarsyr sitt framträdande efter mottagarnas önskemål.

Weiner och Rosenwald (Strangelove 2010:80-82) identifierar några olika relationella utvecklingsaspekter vid dagboksskrivande. De menar att det blir som ett sätt att kontrollera och behärska emotionella upplevelser, forma överväldigande upplevelser och känslor till en presentabel form, kartlägga framgång i självförbättring och använda dagboken som reflexiv spegel för att objektivisera och observera jaget. Cindys videoblogg tillåter henne alltså att lättare kunna hantera de känslor som uppkommer under en så pass stor livsstilsförändring då hon ständigt måste kunna förklara dessa och sätta ord på dem inför hennes mottagare. Videobloggen uppmuntrar även till självreflektion och Cindy kan utvärdera sin viktminskningsprocess och jagets utveckling med hjälp av denna. Då Cindy, med hjälp av sin videoblogg, har möjlighet att kontrollera och forma sin framställning kan hon använda detta som en marknadsstrategi. Hon har egenlanserade skönhetsprodukter som hon därför kan marknadsföra med hjälp av videobloggen som verktyg.

Wesch (2009:19-34) utvecklar tanken om ”spegeljaget” med hjälp av Charles Horton Cooleys teori. Han menar att vi ser oss själva genom hur andra ser på oss, och att vi ibland kastas in i en torturerande men samtidigt upplysande självanalys. Detta eftersom att publiken är okänd och det finns en stor mängd olika människor att möta, där alla har olika perspektiv och bedömningar om den framträdande. När vi framställer oss själva inför andra har dessa en föreställning om oss. Detta kallar George Herbert Mead för ”mig” vilket innefattar generaliserade andras åsikter och attityder gentemot vem jag är. Vidare menar han att ”jag” är en slags agent som reagerar på alla dessa åsikter och attityder. När vi videobloggar presenterar vi oss själva inför en enorm mängd distanserade andra från olika kontexter vilket alltså skapar en stor mängd ”mig”. Detta får som konsekvens att ”jag” handskas med och reagerar på många olika åsikter. Videokameran skapar alltså en plattform för reflektion över ens relation

till generaliserade andra. Detta blir en slags universell spegel för jaget, och Cindy tvingas reflektera över sig själv utefter flera distanserade andras åsikter och kontexter. Det blir en så kallad *kontextkollaps*

Strangelove (2010:80-82) skriver att man skapar en personlig känsla av identitet och kan vara transformativ med hjälp av spegeljaget. Han förklarar med hjälp av Foucaults perspektiv att bekännande praktiker producerar ett inre modifierande av individer. Bekännandet är en process som tillåter individer att konstruera sig själva och bestämma sina identiteter. Videodagböcker är tilltalande för att de presenterar bekännelser som publiken tror avslöjar sanningen och våra djupaste jag. ”*The video diary culture of youtube is intensifying the experience of reflexivity as we watch ourselves being watched by others*” (Strangelove 2010:82). Cindy har en stark reflexivitet och tar ofta åt sig av de kommentarer hon får genom sin videodagbok, och redigerar alltså sitt jag utefter detta. Reflexivitet beskriver ett stadium av högre självmedvetenhet, eller ömsesidigt medvetande, som involverar två eller fler människor. Jay Ruby beskriver det reflexiva förhållandet som kan existera mellan en medieproducent och mottagare vad gäller medvetenheten om produktionen bakom framträdandet. Reflexivitet uttrycker tendensen inom YouTube att göra ens jag till själva ämnesområdet. YouTube-användare blir sina egna och varandras granskande kritiker (Strangelove 2010:74-75).

När Cindy framträder har hon en så kallad expressiv utrustning som är starkt förknippad med henne, en så kallad *personlig fasad*, som mottagarna identifierar med henne (Goffman 1959:30). Cindy försöker inte bara upprätthålla en bild av sig själv som en hårt arbetande kvinna, utan hon försöker även ibland övertyga sig själv och andra om att hon är full av energi trots att hon egentligen utstrålar utmattning. I videoklipp 3 (fatty2slim 2009-04-01) förmedlar Cindy en bild av sorgsenhet när hon skall förklara att hon trots sin stressiga tillvaro fortfarande är glad. När hon säger detta uttrycker hennes ansikte något annat än hennes uttalande. Hon ger ett lätt sorgset intryck och ger en bild av att hon försöker dölja sina verkliga känslor. Cindy försöker upprätthålla bilden av sig själv som en energisk och positiv människa, då detta är starkt förknippat med hennes personliga fasad och är vad mottagarna förväntar sig av henne. Då hon inte lever upp till denna personliga fasad blir mottagarna förvirrade. När Cindy videobloggar förväntar hon sig att mottagarna skall tro på hennes framställning som äkta, och försöker även att övertyga mottagarna om detta. Ibland kan dock den framträdande ge ifrån sig omedvetna och motsägelsefulla gester vilket ger ett häpet intryck hos de engagerade mottagarna (Goffman 1959:25,52).

4.2 Maktrelationer

Då Cindy är den som utformar hennes videoklipp har hon en stor makt över dess innehåll och vad hon vill förmedla. I och med att mottagarna uppvisat ett förtroende för Cindy och hennes kompetens innebär även detta att de budskap hon för fram tas på allvar. Mottagarnas aktiva gensvar gentemot Cindys videoklipp har lett till att hon har ägnat mer tid åt att besvara hennes mottagares önskningar, genom att till största del ge dem vad de vill ha. Denna respons har mynnat ut i ett stort intresse hos en del mottagare som i kommentarfältet uttrycker sin önskan om ytterligare information, bland annat specifika recept angående Cindys matvanor. Många vill kopiera hennes tillvägagångssätt vad gäller hennes nya livsstil. För att tillfredsställa dessa önskningar har Cindy till exempel gjort ett antal instruktionsvideor angående hur hon lagar sina signaturrätter. Detta återspeglar hennes ständigt aktiva interaktion med mottagarna och visar på hennes lyhördhet inför gensvaret från dessa. Att Cindy följer mottagarnas minsta antydda önskan, och att hon har en viss kontroll över sitt framträdande, stämmer överens med Thompsons (2001:22-23) beskrivning av *makt*. Hans maktbegrepp innebär en individs möjlighet att påverka händelseförlopp till förmån för sin egen vinning. När makten utövas görs detta med hjälp av de resurser individen har tillgång till. I Cindys fall har hennes mottagare en viss makt över henne och kan med hjälp av kommentarfältet påverka en stor del av hennes framträdanden utefter deras önskningar. Med hjälp av Cindys aktiva interaktion har mottagarna därför skapat ett slags dominansförhållande och makt gentemot henne. Det är dock Cindy som tar de slutgiltiga besluten vad gäller hennes framförande, vilket innebär att även hon i slutändan har en viss makt över sina mottagare. Cindy kan sovra bland alla de önskemål hon får från mottagarna och vilka hon väljer att ta till sig, och besvara responsen i enlighet med vad som ger henne störst fördelar. Detta skulle kunna visa på en marknadsstrategi från hennes sida, då hon har egenlanserade produkter som hon gärna marknadsför i sina videoklipp. Genom att i största möjliga mån besvara sina mottagares önskningar kan Cindy därmed få dessa på sin sida och förstärka sitt varumärke. Detta är något hon kan ha i baktanke när hon väljer ut vad hon skall lyfta fram.

När Cindy gör sitt framträdande för sina mottagare upplyser hon dessa om sin sociala status. Mottagarna förväntar att Cindy skall presentera en roll i deras interaktion, vilket även kallas för manér. Individer kan till exempel ha ett undfallande manér för att visa att de är inställda på att ledas av andra (Goffman 1959:30-31). Cindy, med sin vänliga och hjälpsamma framtoning förväntas vara till lags och ledas av hennes mottagare. Hon är väldigt inriktad på att ständigt prestera bra, och när hon inte uppnår sina egna förväntningar ses detta som ett misslyckande. Vi kan ta exemplet från videoklipp 3 (fatty2slim 2009-04-01) där Cindy ber

om ursäkt för sin dåliga uppdatering. Här pratar hon med en nedstämd röst och flackar med blicken från kameran. Detta konnoterar att hon är skamsen över att inte ha kunnat prioritera sina mottagare och att hon därför har svårt för att ”möta” deras blickar genom kameran. Hon brukar annars vara noggrann med att titta rakt in i kameran, precis som en ansikte mot ansikte konversation. Vi kan här se mottagarnas övertag på Cindy, att hon känner sig pliktskyldig att vara de till lags och nå upp till deras förväntningar.

Att Cindy är pliktskyldig i förhållande till sina mottagare är något som framkommer ett flertal gånger genom vår analys av hennes videoklipp. Detta beteende passar väl in i myten om den omhändertagande kvinnan som ständigt skall vara folk till lags. Fiske (1990:122) belyser denna myt om att kvinnor stereotypiskt sett skulle vara bättre lämpade av naturen att ta hand om andra. När Cindy ständigt presenterar sig själv som denna omhändertagande och underlägsna kvinna framställer hon detta som något naturligt och självklart, vilket gör att myten framställs som allmängiltig. Detta blir en slags konflikt mellan Cindys olika framställanden, då denna myt motsäger myten om den moderna kvinnan, som hon ibland upprätthåller. Goffman (1959:40-43) beskriver att det i de flesta samhällen förekommer en idealisering av de högre samhällsskikten, det finns en strävan att klättra högre upp på samhällsstegen. För att uppnå detta gör man olika uppoffringar för att bevara sin fasad, man framträder på ”rätt” sätt och framställer sig själv i en fördelaktig social dager, detta med hjälp av den teckenutrustning man lärt sig använda. Förutom Cindys bantningsprocess figurerar hon även som en person som ständigt vill hjälpa andra i samma situation. Hon försöker ofta hjälpa folk som har det svårt och är djupt engagerad i djurrättsfrågor, något som hon ofta nämner och försöker förmedla vidare. Hon försöker ständigt framträda på rätt sätt för att kunna leva upp till mottagarnas förväntningar på vad det innebär att vara en god medmänniska. Det faktum att Cindy uppvisar olika slags myter kan tyda på ett sätt att presentera sitt jag enligt den mängd olika stereotypiska förväntningar som hennes mottagare kan ha.

Cindy framhäver även myten om den amerikanska drömmen när hon berättar om sin uppväxt. Hon beskriver att hennes föräldrar kom till USA från Indien med endast några dollar på fickan, men att de trots denna primitiva utgångspunkt blev framgångsrika efter att ha utbildat sig. Cindy har fått växa upp i denna kamp om välstånd, men även hon har lyckats skapa sig ett framgångsrik liv. Detta indikerar på tanken om att i USA kan drömmar uppfyllas och framgång uppnås oavsett individens förutsättningar. Detta kan utvecklas mer med Goffman (1959:40-43), som menar att individer ibland använder sig av statussymboler för att idealisera och framställa sig själv i en fördelaktig social dager. USA har en välståndsoorienterad klasstruktur där det materiella välståndet ofta är det som framhävs.

Idealisering kan vara både av positiv och negativ art, man kan alltså både överdriva dåliga förhållanden och överdriva bra förhållanden, ofta för att uppnå egna syften. Man använder sig av publikens stereotypa föreställningar om exempelvis fattigdom (negativ idealisering) eller rikedom (positiv idealisering). Cindys historia om hennes uppväxt är ett svar på en stereotypisk föreställning om den amerikanska drömmen, vilket hon framhåller för att skapa en negativ idealisering. När hon återberättar denna historia kan hon införliva hopp hos sina mottagare att ingenting är omöjligt och att alla oavsett bakgrund kan bli lika framgångsrika som hon blivit.

4.3 Motsägelsefullt framträdande

Cindy har ett visst beteendemönster när hon pratar om sina matvanor. Varje gång hon pratar om mat som anses nyttig ger hon ett allvarsamt och inte fullt så engagerat ansiktsuttryck. Detta till skillnad från när hon nämner hennes tidigare favoriträtter som är mer onyttiga, då hon nästan lyriskt och energiskt berättar om dessa. De olika ansiktsuttrycken konnoterar att hon uppskattar de mer onyttiga maträtterna och att hon upplever en saknad efter dessa. Fiske (1990:120) menar att vi oftast inte är medvetna om konnotationen då den arbetar på den subjektiva nivån, att det är lätt att tolka konnotativa värden som denotativa. Utan vidare analys är det lätt att misstolka Cindys ansiktsuttryck och istället helt och hållet köpa det hon säger. Efter mer utredande kan det däremot konstateras att hennes ansiktsuttryck och gester konnoterar något helt annat. Cindy försöker ständigt skapa en bild för mottagarna och nästan övertala sig själv om att hon tycker bättre om de nyttigare maträtterna. Hennes ögon och kroppsspråk berättar dock för oss att det är den onyttigare maten som ligger närmast om hjärtat. Som ett exempel på detta pratar hon i videoklipp 1 (fatty2slim 2008-04-18) om att hon skall införa en slags fridag från sin veckoplanering då hon får äta precis vad hon vill. Här har hon redan börjat planera och längta efter vad hon ska få äta på sin fridag. Goffmans (1959:25) beskrivning av olika förväntningar på individers framträdande kan belysa Cindys självpresentation. Hon kan försöka övertyga både andra och sig själv att hon är på det sätt som hon vill försöka framställa sig själv. Tillslut kan till och med Cindy själv intala sig att denna framställning är den verkliga realiteten. Hon försöker alltså framställa sig som en nyttig och hälsosam människa i hopp om att YouTube-användarna skall uppfatta denna framställning som trovärdig.

Goffman (1959:51-52) menar vidare att alla gester och antydningar som uppvisas i framträdanden uppmärksammas av mottagarna som en viktig del i budskapet. Ibland misslyckas den framträdande personen med att nå fram med det önskade budskapet till

publiken på grund av motsägelsefulla och ofta omedvetna gester. När Cindy diskuterar nyttig respektive onyttig mat förändras som sagt hennes ansiktsuttryck, vilket mottagarna även tolkar och sätter i relation till det hon faktiskt säger. Cindys framställning av hennes uppskattning för nyttig mat stämmer följaktligen inte överens med det allvarstygda och självmotsägande ansiktsuttryck som hon samtidigt utstrålar, vilket får som konsekvens att hon inte lyckas förmedla bilden av sig själv som en nyttig person. När Cindy istället nämner onyttig mat konnoterar hennes ansiktsuttryck att det istället är den maten som hon föredrar. Här reproducerar Cindy myten om den hälsosamma livsstilen, som är en del av den moderna kvinnans liv, där det anses som mindre socialt accepterat att ha tycke för onyttig mat. Detta är en myt som finns i och förklarar vår kultur. Det är vidare ett sätt att se på omvärlden och förstå den, och myten konstaterar detta som en naturlig företeelse (Fiske 1990:121-123). I dagens individualistiska samhälle förefaller det naturligt att vara mån om sig själv och sin hälsa. Detta är dock ingen självklarhet, utan är endast något som en myt försöker göra naturligt. Vi präglas ständigt av skräckpropaganda angående övervikt och ohälsa vilket skapar tabu kring att gå emot dessa normer. Cindy försöker nästan desperat att framhäva sig som hälsosam och försöker få det att verka äkta, trots att hon sänder ut signaler om det motsatta.

Giddens (1991:102) menar att begreppet livsstil handlar om val mellan olika möjligheter och är något som man skapar själv. Han menar att livsstilar är rutinartade praktiker där rutinerna förenas med alla detaljer så som klädval, socialt umgänge, bostadsort med mera. Men trots detta är fortfarande de rutiner som följs reflexivt öppna och bestäms utifrån självidentitetens ombytliga karaktär. Alla dessa stora och små val är inte bara beslut om vad man ska ha på sig eller vilken mat man ska laga, utan också vem vi vill vara. Cindy diskuterar ofta vilka val hon gör i vardagen och vad hon väljer att undvika, framför allt vad gäller i matväg. Hon har alltså beslutat sig för att anamma en viss livsstil som innebär ett hälsosammare liv. Detta innefattar, precis som Giddens beskriver, att hon måste följa vissa rutiner. När hon presenterar sig själv framför kameran väljer hon sina ord och ämnen väl för att framhäva den livsstil hon valt. Goffman (1959:44) diskuterar vidare att vi ofta konsumerar i smyg och att vi visar en yta där vi endast framhäver det som är socialt accepterat, medan vi kanske i smyg utför saker som vi inte tror följer vedertagna konventioner. När vi syns visar vi bara det vi tror att andra förväntar sig av oss. Cindy tror att mottagarna förväntar sig att hon måste representeras som nyttig och hälsosam, vilket gör att hon försöker framställa denna bild framför kameran.

4.4 Dialektiskt utbyte

Cindy har fått mycket respons angående hennes diskussion om viktminskning. Signaturen, från videoklipp 1, *TheMicroBurst* skriver ”*Wow Can you please help me!!! I need to drop 20-25!!*” (fatty2slim 2008-04-18). Detta exemplifierar de återkommande kommentarer som Cindy får till i stort sett alla sina videoklipp, där folk tyr sig till henne och ber henne om hjälp med sin viktminskning. Anledningen till detta kan vara att Cindy genomgående interagerar med sina mottagare och visar sig väldigt tillgänglig. Senft (2008:4-5) beskriver att när vi presenterar våra bilder, gester och ord för en skild publik så sker det ett slags dialektiskt utbyte. Som gensvar på vår presentation skapar publiken sina egna portätt, historier och motsidor. Om vi väljer att besvara denna respons förändras vår självrepresentationsstatus: vi kräver erkännande som levande subjekt istället för passiva objekt för andras konsumtion. Då Cindy är så pass aktiv med interaktionen gentemot sina mottagare framställs hon som en riktig person vilket i sin tur ger mottagarna en känsla av en mer personlig kontakt med henne. I kommentarfälten förekommer det ibland mottagare som bokstavligen uttrycker att Cindy är en god vän för dem, vilket innebär att trots det geografiska avståndet och trots att de egentligen inte är bekanta med varandra i verkligheten känner att de har en nära vänskapskontakt.

Strangelove (2010:186-187) refererar till Jenkins som menar att YouTube innehåller amatörvideor som ofta är sammanslagna med andra videor och bygger på kreativiteten hos andra. Vissa av de mest populära videorna inspirerar ett utbrott av kollektiv kreativitet. Framgång för vissa videor på YouTube kommer genom att dessa uppmuntrar till kommentarer och imitation. Cindy brukar uppmana sina mottagare till en interaktion dem emellan, vilket alltså kan vara en anledning till hennes framgång på YouTube. Många mottagare har valt att imitera Cindys sätt att använda YouTube som ett verktyg för vikttnedgång, vilket visar på att hon inspirerat mottagare till samma tillvägagångssätt. Hon ber ofta mottagarna att prenumerera på hennes videoblogg och ge respons till hennes videoklipp, vilket är en uppmuntran till kollektiv kreativitet. Detta visar att hon vill åstadkomma en interaktion och skapa en vänskapsrelation med sina mottagare istället för att vara en distanserad och passiv person. Ur ett ekonomiskt perspektiv skulle detta kunna vara ett sätt för Cindy att marknadsföra sina produkter, då en uppmuntran till en vänskapsrelation kan leda till extra tillit till hennes kompetens. Individer förenas i en kommunikationsprocess av symboliskt material när de är involverade i en medierad kvasiinteraktion. Det innebär att en individ producerar symboliska former för avlägsna andra medan mottagarna främst fokuserar på att ta emot det symboliska materialet. I samband med mottagandet av detta material kan de skapa en känsla av vänskapsband och lojalitet gentemot producenten (Thompson 2001:111). När

Cindy distribuerar sina videoklipp för en obestämd och okänd skara mottagare tar dessa emot hennes symboliska material. I mottagarens bearbetning av detta symboliska material uppstår det ibland en känsla av vänskapsförhållande hos mottagarna.

Thompson (2001:129) uttrycker att när producenten riktar sig mot kameran och ger mottagarna en illusion av att de tilltalas direkt kan det beskrivas som ett *mottagartilltal*. Cindy börjar varje videoklipp med ett mottagartilltal genom att säga "*Hi my YouTube-friends!*". Detta får mottagaren att snabbt känna en samhörighet och vänskaplig kontakt med henne och det blir som ett slags vänskapsförhållande. Ibland sträcker hon till och med ut armarna som en inbjudande gest när hon säger detta. Denna gest konnoterar öppenhet och mottaglighet, att Cindy välkomnar och inbjuder sina mottagare till en interaktion. Detta är en monolog riktad till en obestämd skara mottagare som är geografiskt skilda. Strangelove (2010:98-99) menar att kvinnor är extremt aktiva när det gäller att bygga förhållanden på YouTube. Videobloggar kan fungera som hjälpmedel för att stärka självförtroendet och att tala ut. Videodagboksföring kan även uppmuntra till att dialog skapas och kan bilda ett nätverk av stöd och vänskap. Cindys dialog med sina mottagare ger både henne som aktör och mottagarna ett starkare självförtroende och stöd, de ger varandra ständigt komplimanger och uppmuntran sinsemellan.

Det faktum att Cindy arbetar aktivt för att skapa vänskapsband med sina mottagare behöver, som tidigare diskuterats, inte enbart tyda på att hon vill ha en intim kontakt med dessa till förmån för sin viktminskningsprocess. Det kan ligga ett ekonomiskt tänkande bakom hennes agerande och detta kan vara ett sätt för henne att marknadsföra sitt varumärke. Genom att skapa en mer personlig och vänskaplig kontakt skapar Cindy ett förtroende hos mottagarna som kan leda till att även hennes produkter får större trovärdighet. På detta sätt agerar hon som en slags försäljare som använder vänskaplighet som instrument för försäljning.

Cindy som förebild

Under många av Cindys videoklipp har ett flertal kommentarer handlat om att mottagare har inspirerats och motiverats av hennes viktminskningsprocess och börjat eftersträva hennes metoder. Den stora mängd respons som Cindy får vid varje videoklipp visar på att hon nått fram till sina mottagare. Hennes karisma och aktiva interaktion med sina mottagare får uppenbarligen många mottagare att engagera sig. En kommentar under signaturen *ilovepeanuts6* skriver till exempel "*you are so great. I am taking your advice and starting my "plan." I'm watching your videor to keep me motivated!!*" (2008-04-18). Thompson (1995:287) menar att individen kan organisera och skapa stora delar av sina liv med hjälp av

medierat material. Detta bidrar reflexivt till jagbildningen och förvandlar därmed jagets natur. Cindys videoblogg kan därför fungera som ett verktyg för mottagarnas jagbildningsprocess. Thompson (2001:262-263) skriver vidare att jaget är ett reflexivt projekt där en biografisk berättelse skapas och revideras under tidens lopp om och av individer, delvis genom erfarenheter ansikte mot ansikte och delvis genom den medierade interaktionen. Tack vare tillgången till medierade former av kommunikation finns det ett mycket mer utvidgat utbud av symboliska resurser, till förmån för jagkonstruktionen. De symboliska referenspunkterna förändras ständigt tack vare den medierade världens föränderlighet, vilket fördjupar jagets reflexiva organisering. Men samtidigt ställs nya krav på jaget och möjlighet att se andra sätt man kan leva sitt liv på, vilket skapar en kritisk reflektion kring omständigheterna i ens egna liv. I Cindys fall tyder många kommentarer på just denna kritiska reflektion kring de egna omständigheterna. Efter att många mottagare fått se hennes nya livsstil genom videobloggen har de inspirerats och velat efterleva detta liv. Därför har många vänt sig till Cindy för att få råd om hur de kan genomföra livsförändringar enligt hennes perspektiv.

Buckingham (2008:1) menar att det som skiljer oss från andra människor är vår identitet, som även innefattar ett förhållande till en bredare kollektiv eller social grupp av något slag. Vi identifieras med andra som vi antar liknar oss själva i vissa aspekter. Många av Cindys mottagare som är i samma sociala situation som hon är, mitt i en viktminskningsprocess, identifierar sig alltså med henne.

4.5 Intimitet på avstånd

Det finns alltid ett flertal kommentarer vid varje videoklipp som är tänkt att försöka uppmuntra Cindy i hennes viktminskningsprocess. Dessa kommentarer handlar bland annat om hur duktig hon är och att hon ska fortsätta på samma bana. Cindy är aktiv på att besvara denna respons och tacka för mottagarnas komplimanger och kommentarer. Thompson (2001:271-273) beskriver detta som att vi genom medierad kvasiinteraktion via avlägsna andra kan skapa en intimitet på avstånd och undslippa de krav som finns vid en interaktion ansikte mot ansikte. Det blir ett regelbundet och pålitligt sällskap som till exempel kan ge råd, uppmuntran eller motivation. Individerna kan föreställa sig deras bekantskaper via medierna på ett sätt som är relativt befriad från verkligheten, som den annars skulle sett ut vid en interaktion ansikte mot ansikte, vilket är en av lockelserna med den medierade interaktionen. Att Cindy valt att presentera sig just genom en videoblogg skulle därför kunna förklaras med att den delvis är befriad från de förpliktelser som ställs vid en interaktion ansikte mot ansikte. Vid en sådan direkt interaktion krävs en annan typ av uppmärksamhet, både av åskådare och

framställaren, och det blir svårare att medvetet kontrollera sina intryck. Videobloggen tillåter Cindy, trots den geografiska distansen mellan henne och mottagarna, en slags personlig och intim kontakt med mottagarna. I videoklipp 4 (fatty2slim 2008-06-10) säger Cindy:

"I think the number one thing is all the great positive people behind me. I am receiving emails from my YouTube friends, comments on my videor, subscriptions and its wonderful"

(fatty2slim 2008-06-10)

Stern (2008:109-110) menar att den som presenterar sig själv genom bloggar ofta söker efter bekräftelse och direkt respons från sina mottagare. Detta sökande efter bekräftelse kan vara en orsak till att somliga väljer att dela med sig mycket av sig själv på internet. Mottagarnas kommentarer kan även påverka och förändra hur producenten ser på sig själv, men även inverka på interaktionen mellan den medierade och den verkliga självpresentationen. Cindy uppfattas som mottaglig för all typ av respons och är villig att ta in och använda sig av denna, och vissa kommentarer har fått henne att reflektera över sina vanor och sin tillvaro. Att hon börjat tänka igenom sitt levnadssätt tack vare vissa mottagares kommentarer har lett till att hennes syn på sin självframställning, både i sin videodagbok och när hon är urkopplad från denna, har korrigerats utefter interaktionen med hennes mottagare. Cindy har dessutom nämnt ett flertal gånger att anledningen till att hon har fortsatt uppdatera sin videoblogg under så pass lång tid är det stora gensvaret och den bekräftelse som hon fått av andra YouTube-användare.

Vid en medierad interaktion finns det ett ömsesidigt beroendeförhållande mellan producenten och mottagarna. När mottagarna ska vara åskådare till ett framträdande krävs det att en producent skapat ett innehåll, alltså är mottagarna på så sätt beroende av producenten. Framträdarens mottagare är oftast avlägsna och anonyma och kan inte bidra direkt till framträdandet, men är trots detta nödvändiga för dess fortsatta existens. Producenternas beroende av sina mottagare tas även i uttryck genom att mottagarna bidrar med stöd när de ser framträdandet (Thompson 2001:127). När Cindy får respons, i form av kommentarer och höga tittarsiffror, blir hon motiverad och uppmuntrad att fortsätta med sina framträdanden. Detta beroende av hennes mottagare har tagit sig i uttryck ett flertal gånger. Med tiden har Cindy upptäckt att hon når ut till många fler än vad hon från början förväntat sig, vilket har förändrat hennes sätt att framställa sig framför kameran. Många kommentarer, positiva som negativa, har haft inflytande på henne och hennes självpresentation och har därför haft en betydande roll under hennes viktminskningsprocess. När hon har haft uppehåll från sin

videodagboksföring (och därmed från sin respons) har hon haft en tendens att gå upp i vikt igen. Detta hade förmodligen inte varit lika sannolikt ifall hon hade fortsatt föra videodagbok regelbundet och fått den uppmuntran från hennes mottagare som hon vanligtvis får och som hon ofta uttrycker betyder mycket för henne. Detta indikerar på att mottagarna har en betydande roll för Cindys radikala livsstilsförändring och hennes jagbildningsprocess.

Vi människor vill ofta dölja både hemliga njutningar och besparingsåtgärder. När framträdandet visas har eventuella brister eller misstag undagömts och en redigerad och förbättrad bild uppvisas. Genom att göra detta kan konfrontationer lättare hanteras (Goffman 1959:45-46). Cindy påstår att hennes fåtal negativa kommentarer inte påverkar henne, samtidigt som hon ägnar stor uppmärksamhet till dessa i några videoklipp. Fokuset på dessa negativa kommentarer är inte relativt i förhållande till dess mängd, vilket tyder på att hon trots allt blivit berörd av dessa. De negativa kommentarerna har gett Cindy en känsla av tvång att ständigt vara representativ vid sina framträdanden, bland annat vad gäller hennes utseende. Att hon förändrar sin självpresentation utefter mottagarnas förmodade krav kan vara en orsak till att hon vill undslippa att få konfronteras med negativ respons. Goffman (1959:45-46) menar vidare att man visar den polerade ytan av sig själv istället för att visa hela sanningen, det vill säga att hårt arbete undanhålls vid framträdandet.

Cindy har reflekterat över hur andra ser på henne vilket resulterat i att hon utvecklat sin framställda personlighet utifrån andras perspektiv. Goffman (1959:39) menar att framförande av rutiner med hjälp av olika fasader ställer en del abstrakta krav på publiken. Framträdandet *socialiserar*, det vill säga formas och omformas för att passa in i det aktuella sammanhanget och samhället. Vi väljer ofta att visa upp en bättre och idealiserad bild av oss själva, och försöker ”trimma oss själva utifrån och in”. Vid ett framträdande framförs indirekt även samhällets aktuella moraliska värden. Strangelove (2010:118) fyller i detta med att hävda att ett forum är uppbyggt av de som passar in och spelar enligt spelreglerna. De som inte gör det, som inte följer normerna på YouTube genom dess ständiga negativa kritik av olika slag, brukar kallas ”hatare”. För att inte få en negativ stämpel på sig som YouTube-användare är det således viktigt att upprätthålla de normer som forumet innehar. Detta förklarar varför Cindy framställer en idealiserad bild av sig själv, samtidigt som hon är försiktig med sina uttalanden för att undvika provokation.

4.6 Tilltro till betydelsefulla andra

Det är många mottagare som kommenterat Cindys videoklipp där de anförtrott sig till hennes kompetens angående viktnedgång. Ett exempel på detta kommer från signaturen *Passion613*

som skriver *"You're a very inspiring person. I have pictures you can look at, maybe you could help change my life."* (fatty2slim 2009-04-01). Detta speglar att mottagarna har fått ett visst, ibland nästan överdrivet stort, förtroende för Cindy då många vänder sig till henne för att få hjälp. Thompson (2001:267) menar att individer är selektiva med det symboliska material som finns tillgängligt och vilka delar av det som de införlivar i sina liv. Mottagarna litat mer på betydelsefulla andra, alltså de i mottagarnas omgivning som de ser som sakkunniga. Då det finns en oändlig mängd olika metoder och tips om viktninskning är det svårt att ta till sig all information, och det krävs att vi gör ett urval av dessa. Cindys framtoning är vänskapligt betingad och kan därför ge mottagarna en känsla av ett trovärdigt förhållande dem emellan. Detta i sin tur kan leda till att många mottagare tyr sig till Cindy och att de tar till sig hennes rekommendationer, istället för eller som ett komplement till den mängd budskap som projiceras genom media. Allt som oftast när Cindy rekommenderar något framhäver hon sina noggranna efterforskningar som hon gjort för varje produkt hon använder sig av, vilket ökar hennes trovärdighet i mottagarnas ögon.

I videoklipp 2 (fatty2slim 2008-08-30) rekommenderar Cindy olika skönhetsprodukter. En av de tillhörande kommentarerna till videoklipppet är från signaturen *aFATgirlsvlog* som bland annat skriver *"Anyways I loved what you picked, I knew you would pick some good stuff =)"* (fatty2slim 2008-08-30). Detta visar på att vissa mottagares förtroende för Cindys kompetens. Thompson (2001:268-269) menar att vi hämtar råd och tips från individer vars åsikter vi tror är pålitliga. Vi bygger alltså upp och använder oss av så kallade expertsystem för att sovra bland den enorma mängd symboliska material som finns tillgänglig. Detta gör vi för att selektivt kunna ta till oss vilken information som är av vikt. Med detta kan vi förklara Cindy som en av de tillförlitliga experter som hennes mottagare kan lita på. Att så pass många YouTube-användare valt att förlita sig på Cindys kunskaper visar på att de utsett henne som en källa till tillförlitlig kompetens.

Detta är inte det enda område där Cindy framställer sig själv som en expert utan det är en genomgående företeelse på olika områden. Trots att hon saknar utbildning inom hälsoindustrin framställer hon sig som kunnig vad gäller mat- och motionsvanor. Hon har en väldigt säljande approach som kan övertyga mottagaren att ta till sig hennes budskap, vilket många uppenbarligen även gör. Goffman (1959:20) menar att *uppträdande* är de stimuli som upplyser om den sociala status den framträdande har samt upplyser om det rituella tillståndet hos den framträdande, alltså om den är engagerad i någon formell social aktivitet till exempel. Manér är den stimuli som presenterar den roll i interaktionen som den framträdande beräknas spela under framträdandet. Då Cindy ständigt presenterar sig själv och uppträder som en

expert inom många områden upplyser detta mottagarna om den sociala status hon innehar. Hon är dessutom aktiv inom skönhetsbranschen, och påpekar detta gång på gång, vilket gör att mottagarna räknar med att hon skall presentera ett manér som levererar hennes förväntade kunskaper inom området.

Ett kritiskt perspektiv

YouTubes kulturella register skapar möjligheter för att använda sig av oäkta autenticiteter, vilket tillåter videobloggare att skapa mångtydiga identiteter där deras tillförlitlighet kan ifrågasättas. Detta innebär en osäkerhet kring huruvida olika videobloggares framförande är äkta eller inte (Burgess & Green 2009:29). Alltså ger YouTube Cindy en möjlighet att presentera sig själv med en autenticitet som för mottagaren verkar äkta, men som inte alltid är det. Då många mottagare väljer att förlita sig på Cindys kompetens är det således viktigt att dessa förhåller sig kritiskt till hennes självpresentation.

Cindy arbetar inom skönhetsbranschen som hon ofta påpekar i sina videoklipp, vilket stärker hennes trovärdighet vad gäller skönhetstips. Skönhetstips och skönhetsinstruktioner är nämligen ett återkommande tema i hennes videoblogg där hon framställer sig som en slags expert på området. Hon resonerar upprepande och gestikulerande kring skönhetsprodukter samtidigt som hon tydligt visar upp produkterna framför kameran. Cindy uttrycker även upprepade gånger i sin videoblogg att hon är väldigt exalterad över diverse företeelser, exempelvis skönhetsprodukter. Detta kan fungera som en slags uppmuntrande marknadsföring gentemot mottagarna. Eftersom Cindy upprepar ordet ”exalterad” i stort sett varje videoklipp kan detta liknas vid en slags övertalning. Burgess och Green (2009:56-57) menar att många framstående videobloggar använder YouTube som en affärssatsning för att få inkomster för deras deltagande på YouTube. Deras framgång beror till stor del på deras aktiva medverkan på YouTubes forum och grundläggande kunskaper om dess kommunikativa miljö som de använder sig av när de skapar sitt innehåll. Detta ger ett kritiskt förhållningssätt till Cindys framförande när hon regelbundet gör reklam för vissa typer av produkter tillsammans med upprepande positiva ord. Det kan ifrågasättas huruvida hennes framställning är genuint äkta och enbart för sin viktminsknings skull. Med Burgess och Greens kritiska ställningstagande kan man spekulera kring om Cindys framställning på YouTube är i syfte att få fart på sin egna karriär. I början av hennes videodagboksförande var hon i begynnelsen av sin skönhetskarriär, och har sedan dess regelbundet marknadsfört sina produkter inom branschen för få ökat intresse kring dessa. Alltså skulle Cindy i början kunnat haft ett vinstintresse i baktanke med sitt videobloggande, och haft en hel del kunskaper angående

YouTube som kommunikationsform redan innan hennes videobloggande: bland annat vad gäller hur man för sig framför kameran för att uppnå de krav som hon tror att andra YouTube-användare förväntar sig av henne.

Strangelove (2010:155) skriver att amatörvideobloggare kan ha ett starkt inflytande vad gäller den globala åsikten. Han menar att det finns en problematik i att försöka kontrollera produktionen och distributionen av rörliga bilder då YouTube är ett politiskt engagerat forum. Både isolerade grupper och isolerade individer försöker underminera deras religiösa eller politiska opponenter genom alla slags videor som ”talar” till varandra och den globala byn. YouTube är en ny global arena där de publika åsikterna uttrycks och formas. Cindy kan alltså med hjälp av sin videoblogg få uttryck för hennes åsikter och blir en del av alla de informationskanaler som mottagarna tar del av. Strangelove (2010:156-157) menar vidare att amatörvideobloggares växande förmåga att representera folkliga åsikter utgör ett hot mot den noggrant konstruerade identiteten av religiösa och politiska auktoriteter. För de som är ute efter att producera samtycke och skapa tro så finns det en helt ny uppsättning utmaningar som väntar. YouTube och amatörvideor är nu djupt inbäddade mediepraktiker och tangerar alla delar av människors liv. Cindy försöker ständigt skapa samtycke om hennes åsikter vilket influerar många mottagares vardagliga liv.

Strangelove (2010:76-77) menar dock att vi ska sluta se det som att det finns ett autenticitetsproblem på YouTube och istället se det som en autenticitetspluralism. Man ser ofta YouTube-användare kämpa med insikten om att de inte är samma person som visas i videon, då videobloggare skiftar självrepresentation genom deras videodagböcker. Videodagboksföraren och publiken uttrycker flera subpersonligheter och varje gång vi skapar en ny kontext för självuttryck, så upptäcker vi också fler aspekter av självet.

5 Slutdiskussion

Syftet med vår uppsats var att utveckla förståelsen för hur videobloggning kan verka som en del av en större jagbildningsprocess för YouTube-användare. Då vår valda kvalitativa metod endast kan skapa djupgående förståelse inom ett litet område, valde vi att koncentrera oss på Cindys videoblogg. Denna ingår således i en särskild genre vilket får som konsekvens att vårt resultat endast är jämförbart inom denna genre. Cindy har en stark reflexivitet på så sätt att hon är mycket mottaglig för mottagares respons, vilket resulterat i en redigerad självpresentation till förmån för dessa. Mottagarna innehar ett visst maktövertag då Cindy ofta utformar sina framföranden för att tillfredsställa deras önskemål. Goffman (1959:27) förklarar

detta med att den roll vi strävar efter att leva upp till blir en del av vår personlighet. Genom vår karaktär och identitet blir vi personer. Han menar att vi kan bli mer förälskade i de jag som vår publik tillskriver oss jämfört med vårt ”faktiska” jag. Cindy har rannsakat sig själv för att dölja de sidor hon inte anser passa in i hennes *sociala fasad*, samtidigt som hon ständigt försöker framhäva de sidor som hon anser mer representativa.

Självreflektionen kommer alltså till uttryck i videobloggen genom att hon anpassat sig efter mottagarnas förmodade krav. Hon har även försökt leva upp till de rådande normerna på YouTube och inom den genre som hon är verksam i. Mottagarnas självreflektion representeras i kommentarerna där många handlar om att mottagarna har jämfört sina egna liv med Cindys och därefter valt att med olika medel försöka efterlikna hennes levnadssätt. De ser henne alltså som en förebild att eftersträva. Detta, tillsammans med mottagarnas ständiga rop efter Cindys hjälp, visar på hur många valt att förlita sig på henne som en *betydelsefull annan*. Hon har blivit en slags expert för dem med ett anmärkningsvärt inflytande på deras jagbildningsprocess. Mottagarna bör dock ha ett kritiskt förhållningssätt inför YouTube's autenticitetsproblematik. Med hjälp av videobloggens karaktär, som ett personligt sätt att uttrycka sig på, ges Cindy en möjlighet att dölja hennes egentliga syfte. Videobloggen erbjuder i detta fall ett smidigt och ickepåträngande sätt för henne att göra reklam för sina egna produkter. Det är problematiskt om Cindy är en av mottagarnas få informationskällor då mottagarna inte kan vara helt övertygade om att den framställning de tar del av är äkta. Cindy skulle kunna ha ett marknadsföringssyfte med sin videoblogg, men med hjälp av denna dölja detta och framhäva en *oäkta autenticitet*.

Cindy producerar och reproducerar en mängd ideallnormer vilket i sin tur svarar på vissa myter i vår kultur. En av dessa myter är den om den moderna kvinnan, som är en socialt aktiv karriärkvinna med ett fartfyllt liv. En annan myt hon reproducerar är myten om den underlägsna och omhändertagande kvinnan som ständigt skall vara sin omgivning till lags. Hon reproducerar även myten om den amerikanska drömmen när hon redogör för sin primitiva uppväxt. Dessa myter är väsensskilda då de i princip är varandras motsatser. Detta, tillsammans med hennes alla olika rollframställanden, visar på Cindys försök att kamouflera sig inför sina mottagare, så att hon kan nå ut till en bredare publik.

Då Cindy har en aktiv interaktion med andra videobloggar på YouTube hade det varit intressant att vidare undersöka hur denna interaktion kan förstås som en del av en större jagbildningsprocess.

6 Källförteckning

6.1 Tryckta källor

- Aspers, P. (2007). *Etnografiska metoder*. Malmö: Liber AB.
- Buckingham, D. (red) (2008). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube. Online Video and Participatory Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Burgess, J. & Green, J. (2009). The Entrepreneurial Vlogger: Participatory Culture Beyond the Professional-Amateur Divide. I Snickars, P. & Vonderau, P. (red). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden.
- Giddens, A. (1997). *Modernitet och självidentitet. Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.
- Goffman, E. (1959). *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. Uppl. 4. Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.
- Ledin & Moberg (2010). Textanalytisk metod. I Ekström, M. & Larsson, L. (red). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. Lund: Studentlitteratur.
- Fiske, J. (1990). *Kommunikationsteorier: En introduktion*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.
- Senft, T. M. (2008). *Camgirls. Celebrity & community in the age of social networks*. New York: Peter Lang Publishing.
- Stern, S. (2008). Producing Sites, Exploring identities: Youth Online Authorship. I Buckingham, D. (red). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: extraordinary videos by ordinary people*. Toronto: University of Toronto Press Incorporated.
- Strinati, D. (2004). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. Uppl. 2. London: Routledge.
- Thompson, B. J. (1995). *Medierna och moderniteten*. Göteborg: Daidalos AB.
- Weber, S. & Mitchell, C. (2008). Imaging, Keyboarding, and Posting Identities: Young People and New Media Technologies. I Buckingham, D. (red). *Youth, identity, and digital media*. Cambridge, Mass: MIT Press.
- Wesch, M. (2009). YouTube and you: Experiences of self-awareness in the context collapse of the recording webcam. I *The journal of Media Ecology Association*. vol 8. Nr 2. pp. 19-34.

Östbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen, L. (2002). *Metodbok för medievetenskap*. Malmö: Liber AB.

6.2 Elektroniska källor

fatty2slims hemsida. <http://www.youtube.com/user/fatty2slim?blend=1&ob=5> [2011-05-20].

fatty2slim (2010). *My youtube weight loss and life journey so far and more to come in 2011*.

[Videoblogg]. 23 december

<http://www.youtube.com/user/fatty2slim?blend=1&ob=5#p/u/3/e5izGZ9OIN0> [11-04-27]

YouTube. *Om YouTube*. http://www.youtube.com/t/about_youtube [11-04-28]

YouTube. Statistik. *Trafik*. http://www.youtube.com/t/press_statistics [11-04-28]

Videoklipp 1: fatty2slim (2008). *watch me lose weight loss weekly weigh in #9 * lost 40 lbs*. [Videoblogg].

18 april. http://www.youtube.com/watch?v=wdEjCz5C5yo&feature=player_embedded

[11-05-13]

Videoklipp 2: fatty2slim (2008). *5 Favorite Beauty Products TAG*. [Videoblogg]. 30 augusti.

http://www.youtube.com/watch?v=KOBa_Te2MNM&feature=channel_video_title [11-05-

13]

Videoklipp 3: fatty2slim (2009). *My Life After Losing Over 90 Pounds*. [Videoblogg]. 1 april.

<http://www.youtube.com/watch?v=oOLspxZ8K2c&feature=relmfu> [11-05-15]

Videoklipp 4: fatty2slim (2008). *Lose Wight loss motivation inspiration & exercise tips #1*

[Videoblogg]. 10 juni. <http://www.youtube.com/watch?v=qOh60Abz0gg&feature=relmfu>

[11-05-11]

Wesch, M. (2008). *An anthropological introduction to YouTube*. [Video]. 26 juni.

http://www.youtube.com/watch?v=TPAO-lZ4_hU&feature=mfu_in_order&list=UL [11-05-

03]

7 Bilagor

Tematiserad textanalys:

1. Hälsa

- Matvanor – veckoplanering
- Matlagningstips
- Motion
- Viktminskningens fördelar

2. Skönhet

- Utseendefixering
- Urskuldande angående utseende
- Tipsar – blir som en expert
- Startar egen sminklinje och gör reklam för sina egna produkter

3. Karriär

- Egenföretagare
- Verksam inom skönhetsbranschen
- Uppbokat schema – många järn i elden
- Den amerikanska drömmen

4. Sociala nätverk

- Omringad av många motiverande vänner och familj
- Framställs som väldigt social
- Interagerar mycket med läsare och andra videobloggare och motiverar
- Ursäktar sig själv när hon inte uppdaterar

Mönster som framkommit:

- Självreflektion och självframställning
- Mottagarnas makt
- Motsägelsefullt framträdande
- Dialektiskt utbyte
- Intimitet på avstånd
- Tilltro till betydelsefulla andra