

# **Bloggar som informationskälla**

## **– om mat som miljöproblem**

**Gabriella Turic & Charlotta Åberg**

Examensarbete (30 högskolepoäng) i biblioteks- och informationsvetenskap för  
masterexamen inom ABM-masterprogrammet vid Lunds universitet.

Handledare: Jutta Haider

År: 2015

© Gabriella Turic & Charlotta Åberg

## **Title**

Blogs as information sources – about food as an environmental problem

## **Abstract**

This thesis focuses on how environmental information concerning food issues is situated and communicated on Swedish environmental blogs. Social media as a form of communication is a current society phenomenon and the Internet is a dominating source of information. A total of 11 Swedish environmental blogs were studied. Five of them function as main objects of information and the six remaining function as additional support sources. Selected blogs were studied through qualitative methods. We used three combined methods which were observations based on netnography, text analysis and structured asynchronous e-mail interviews.

The sociocultural theory of human learning was used as a theoretical framework. A use of social media and blogs can be seen as a sociocultural practice in which users are taking part in a communicative interaction where people learn from each other. As another theoretical framework we used consumer culture theory, with focus on ethical consumption, as a way of understanding contemporary culture.

We found that blogs emanate from a subjective point of view applied on one's own family and domestic areas. Consumption and production were the dominating categories on the blogs. These were introduced as information about ethical consumption and a desire to teach others their skills. Concerning sources, the bloggers chose other blogs, social media and organisations with an environmental focus. Social media is often used as a source of information. Credibility and reliability determine the source to use and critical thinking of information from a blog is up to the reader. Social media, including blogs, are powerful sources of information which is problematic because it could be improperly used. Therefore, it is important to deal with critical source evaluation when blogs are used as information sources.

**Keywords:** ALM, library and information science, blogs, social media, environmental information, sociocultural perspective, qualitative method, netnography, e-mail interview, ethical and political consumption, critical source evaluation

**Nyckelord:** ABM, biblioteks- och informationsvetenskap, bloggar, sociala medier, information om miljöfrågor, sociokulturellt perspektiv, kvalitativ metod, netnografi, e-postintervju, konsumentkultur, etisk och politisk konsumtion, källkritik

Master's thesis

## **Förord**

Tack Jutta, för all hjälp och god handledning under terminen!

Tack också till våra informanter som tagit sig tid att svara på våra frågor.

Charlotta och Gabriella  
Lund, maj 2015

# INNEHÅLLSFÖRTECKNING

<b>1 Inledning och bakgrund .....</b>	<b>6</b>
1.2 Problemformulering .....	7
<b>2 Syfte och forskningsfrågor .....</b>	<b>11</b>
2.1 Disposition .....	11
2.2 Avgränsningar .....	11
<b>3 Centrala begrepp och utgångspunkter .....</b>	<b>13</b>
3.1 Information .....	13
3.2 Sociala medier .....	14
3.3 Bloggar .....	14
3.4 Hållbar utveckling .....	16
<b>4 Tidigare forskning .....</b>	<b>17</b>
4.1 Bloggar .....	17
4.2 Miljöfrågor och information .....	19
4.3 Källkritik och trovärdighet .....	21
4.3.1 Vad är källkritik? .....	21
4.3.2 Informationskompetens .....	22
4.3.3 Trovärdighet .....	22
<b>5 Teoretiska grundvalar .....</b>	<b>24</b>
5.1 Konsumentkultur .....	24
5.1.1 Prosumtion och prosument .....	25
5.1.2 Konsumentrörelser, -aktivism och -makt i en digital tidsålder .....	26
5.2 Den alternativa konsumenten – etisk konsumtion .....	27
5.3 Det sociokulturella perspektivet .....	28
5.3.1 Centrala sociokulturella begrepp .....	29
5.3.2 Källkritik och informationskompetens ur ett sociokulturellt perspektiv .....	29
5.4 Teoretiska perspektiv applicerat på vår studie .....	30
<b>6 Metod .....</b>	<b>31</b>
6.1 Trovärdighet – transparens .....	31
6.2 Tre metoder i explorativ ansats .....	31
6.3 Metodbeskrivning .....	31
6.3.1 Observationer .....	31
6.3.2 Textanalys .....	32
6.3.3 Intervjuer .....	33
6.4 Urval .....	34
6.5 Materialinsamlingen .....	35
6.6 Etiska aspekter .....	36
6.7 Analys av empiriskt material .....	36
6.8 Sociala nätverk .....	37
<b>7 Resultat och analys .....</b>	<b>38</b>
7.1 Att blogga .....	39
7.2 Bloggarnas huvudsakliga teman .....	42
7.3 Källor .....	48
<b>8 Diskussion och slutsatser .....</b>	<b>51</b>
8.1 Diskussion .....	51
8.1.2 Hur är information om mat som miljöproblem situerad på bloggarna? .....	52
8.1.3 Hur kommer källkritisk hantering till uttryck på bloggarna? .....	53

8.2 Slutsatser .....	54
<b>9 Vidare forskning .....</b>	<b>56</b>
<b>Referenslista.....</b>	<b>57</b>
Intervjuer.....	57
Källförteckning .....	57
<b>Bilagor .....</b>	<b>64</b>
Bilaga 1 Förteckning över bloggar .....	64
Bilaga 2 Informationsbrev till informanter .....	65
Bilaga 3 Intervjufrågor till bloggare .....	66
Bilaga 4 Påminnelsebrev .....	67
Bilaga 5 Bloggposternas teman och koder baserat på övergripande innehåll	68
Bilaga 6 Arbetsfördelning.....	70

# 1 Inledning och bakgrund

Sociala medier och bloggar är ett effektivt verktyg för att nå ut med information, och kan ses som en form av deltagarkulturer där användarna skapar innehållet tillsammans. En blogg är en form av journal eller loggbok publicerad online. Bloggen kan användas i olika ändamål, den kan skrivas utifrån ett personligt intresse i särskilda områden i syfte att nå andra människor med liknande intressen. Men en blogg kan också skrivas i yrkessammanhang för att nå andra yrkesverksamma personer inom samma område. Bloggar är en typ av sociala medier som är grundade i ett individuellt perspektiv då upphovsmannen, det vill säga bloggaren, oftast skriver ur sin egen synvinkel (Walker Rettberg 2014, s. 93). Subjektivitet, individfokus och självförverkligande är senmoderna fenomen som fått ett effektivt redskap i och med sociala mediers förmåga att sprida och offentliggöra individens personliga upplevelser (Gillberg 2014, s. 52). Då bloggar idag är "en standardtyp av kommunikationsverktyg på webben" och utgör ett intressant gränssnitt mellan formell och informell kommunikation är det intressant att studera hur bloggar fungerar som informationskälla (Kjellberg 2009, s. 46).

I vår uppsats vill vi studera hur information i en specifik kontext diskuteras på bloggar och hur användarna, det vill säga de som bloggar och de som läser bloggarna, förhåller sig till det som står skrivet. Det sammanhang vi har valt att studera är hur information om mat ur ett hållbarhetsperspektiv och som konsumtionsproblem är situerad på bloggar. Mat är en form av konsumtionsvara som berör alla människor och vi måste alla förhålla oss till mat i någon mån. Sambandet mellan miljöproblem och mat är intressant är därför intressant och val av livsmedelsvaror i mataffären kan utgöra ett enkelt sätt att ändra sina miljörelaterade vanor. I dagens konsumtionssamhälle finns tydliga tendenser på överkonsumtion, inte minst när det gäller mat. Enligt Naturvårdsverket (2012) slänger svenska hushåll 35% av all mat som köps. Livsmedelshantering innebär stor påverkan på miljön. Information om hur mat som miljöproblem kan motverkas är en viktig politisk fråga och ett aktuellt och debatterat ämne som diskuteras i stor utsträckning i medierna, så ock på sociala medier. Bloggar kan här fungera som ett verktyg att synliggöra miljöfrågor i den egna vardagen. Genom att skriva om aktuella samhällsfrågor i sin blogg kan bloggaren få kontakt med sina läsare och interaktion med dessa kan leda till att bloggen blir läst av ännu fler. För människor med intresse att leva miljövänligt, kan skrivande i en blogg vara ett sätt att nå ut med och dela med sig av idéer och upplevda erfarenheter. Bloggar och andra sociala mediers funktioner gör att information tillgängliggörs och kan spridas. På så sätt kan användarna dela information och ta till sig nya kunskaper från varandra.

Vi som författar den här uppsatsen delar sedan tidigare ett intresse för hållbar utveckling och en vilja att minska vår miljöpåverkan i vardagen. Vi har under

perioder varit aktiva i miljöfrågor på sociala medier. I våra studier i biblioteks- och informationsvetenskap ser vi en möjlighet att genom masteruppsatsen kunna kombinera våra gemensamma intressen kring information, sociala medier och miljöfrågor. Till en början ville vi veta vilken påverkan informationen från sociala medier kring att leva miljövänligt kunde ha på människor. Vi hade tankar kring att undersöka hur användare, som i en kombination av producenter och konsumenter av information, via sociala medier som verktyg, kunde påverka andra människor i sina vardagliga val vad rör miljöpåverkan. Vårt arbete har sedan utvecklats till att behandla information om mat som miljöproblem, och hur denna information är förankrad till konsumentkultur och etisk konsumtion. Med vår uppsats bidrar vi till en förståelse för hur information och kunskap produceras och iscensätts på bloggar med miljöfokus.

Det empiriska materialet vi använder i vår studie har vi samlat från bloggar som identifieras som miljöbloggar. Bloggar fungerar som deltagarkulturer vari bloggaren och dess läsare tillsammans skapar information. I uppsatsen undersöker vi hur diskussionen om mat som miljöproblem cirkulerar i sådana deltagarkulturer. Frågor vi ställer oss är: "Hur ser informationen ut? Är informationen trovärdig?" Dessa frågor bildar grund för våra forskningsfrågor vilka redovisas längre fram. I Adrienne Sörboms bok *När vardagen blir politik* (2005) har vi funnit en intressant ingång för vår uppsats. Hon beskriver hur människors politiska aktivism har ökat medan det kollektiva organiserandet har minskat. De handlingar vi gör i vardagen har utvecklats till ett ökat enskilt personligt engagemang. I sociala medier och i bloggar ser vi ett uttryck för detta enskilda aktiva handlande. Påpekas kan, att då vi studerar och skriver om bloggar, konsumtion och konsumentkultur i Sverige vilket är ett västerländskt samhälle så är det västerländska perspektivet i fokus i uppsatsen.

Då internet idag är ett av vår vanligaste redskap för att söka information och användningen av sociala nätverk ökar anser vi att vårt ämnesval har relevans inom området för biblioteks- och informationsvetenskap (B&I). Med vår studie bidrar vi med kunskap och förståelse kring bloggar och miljöfrågor i en informationsvetenskaplig kontext. Vi tar oss an denna uppgift med uppfattningen att information på sociala medier har en stark position i samhället som i stor utsträckning påverkar människors tankar och uppfattningar. Den kraft information från sociala medier innehar är intressant att studera och söka förstå. Utöver det ligger det idag en stor vikt i att diskutera miljöproblem och den roll människan i det västerländska samhället har som bidragande orsak till klimatförändringarna. Diskussion om miljöförstöring och frågor kring matproduktion och matkonsumtion finns närvarande på den politiska agendan, men den behöver lyftas än mer. Vi ser vår uppgift med denna studie som både intressant och viktig och vi hoppas kunna bidra med en förståelse vad rör sambandet mellan information, sociala medier och konsumentens och internetanvändarens påverkan på spridning och skapande av information om mat som miljöproblem.

## 1.2 Problemformulering

Globalisering, kapitalism, konsumism och individualisering är fyra kännetecken som genomsyrar vårt samhälle (Stier 2012, s. 15). I bloggen ser vi en god representant för

dessa samtids fenomen; med modern informationsteknik kommunicerar vi globalt, på nätet skapar vi våra egna produkter i form av information vilket utvecklar en möjlighet att påverka konsumtionen, bloggen har ett subjektivt perspektiv och är en individuell röst, slutligen är kapitalism det ekonomiska system som tillämpas i de flesta västerländska länder och kommer därmed att nämnas i vår uppsats. Även digitalisering är ett samtida fenomen som har fört med sig stora förändringar i vårt sätt att kommunicera och att bearbeta intryck (Gillberg 2014, s. 18). Med digitalisering syftar vi på global ökning av digital användning, ökad tillgänglighet och tillgång till information via datorer. Detta är förändringar som i förlängningen kan komma att omforma kapitalismen, menar George Ritzer och Nathan Jurgenson (2010). En faktor till dessa förändringar kan vara ett annat sätt att verka för och se på förhållandet mellan producent och konsument – *prosumtion*.

Begreppet *prosumtion* involverar både produktion och konsumtion En *prosumant* är således en kombination av producent och konsument. Ritzer och Jurgenson (2010) talar om framväxten av begreppet *prosumtion* i samband med termen *McDonaldization* (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 18). Fenomenet kan förstås ur ett historiskt grepp när snabbmatsrestaurangerna började dyka upp i USA på 1950-talet och konsumenten blev satt i arbete att själv välja ingredienser i sin måltid, servera sig och därefter sopsortera vad som blir över. *Prosumtion* har funnits en längre tid, men med sociala förändringar, den användargenererade webben och sociala nätverkssajter som exempelvis Twitter och Facebook blir *prosumenten* än mer central än tidigare och i samband med sociala medier talar man nu om den digitala *prosumenten* (Ritzer & Jurgenson 2010, ss. 14–18).

Vi ser på oss själva som en viss typ av konsument och konsumentidentiteten hänger samman med vald livsstil. Yannis Gabriel och Tim Lang (2006) menar att människan har konsumerat i alla tider, men att vi sedan mitten av 1900-talet allt mer har börjat identifiera oss som konsumenter i första hand framför yrkesidentitet, medborgare eller annan identitetsskapande kategori, så som till exempel föräldrar, familjemedlem eller arbetare (Gabriel & Lang 2006, s. 1). Detta uttalande kan tyckas kontroversiellt, men utgör en intressant tanke och ingång för vår studie då den består av bloggar som till stor del diskuterar miljöproblem i samband med konsumtion. Celia Lury (2011) är inne på samma spår och beskriver att en framväxt av konsumentkulturer innebär att allt fler plattformar i samhället och i våra vardagliga praktiker blir styrda av konsumtion och kapitalism (Lury 2011, s. 166). “Konsumtion uppmuntras för att stimulera produktion och lönearbete” (Stier 2012, s. 18). Jonas Stier (2012) menar att globaliseringens största drivkraft är konsumtion och exemplifierar fenomenet med världsmarknadsprodukter som vin från Sydafrika, leksaker från Kina och att Microsofts programvara används världen över (Stier 2012, s. 18).

Som konsument kan man identifiera sig som en medveten konsument som ställer vissa krav på de livsmedel vi handlar. Politiska tankar och en vilja att fler människor ska leva med samma ideal är ofta en drivkraft för aktivt engagemang (t. ex. Micheletti & Follesdal 2007; Sörbom 2005; Stier 2012). Politisk konsumtion, såsom att handla etiskt framställda produkter eller att välja att minska sin konsumtion, är ett uttryck för engagemang (Micheletti & Follesdal 2007, s. 168). Detta engagemang speglas ofta i den egna vardagen och de val man gör (Sörbom 2005). Specifika val, handlingar och att aktivt inta en medveten livsstil är emellertid beroende av individuella ekonomiska



förutsättningar och kunskapsnivå men individuella olikheter samt politiska och kulturella skillnader spelar även det en roll (Micheletti & Follesdal 2007, s. 168; Anderson 2014, s. 94). I samband med vad man skulle kunna kalla "miljömedveten livsstil" finns en intressant klass-, köns- och samhällsaspekt som är värd att diskutera men vi fokuserar på ett utbrett samhällsfenomen i vår uppsats, sociala medier som informationskälla. I bloggofären är fördelningen mellan människor av olika kön och människor från olika kulturer ganska jämn, bland den yngre generationen bloggare är detta särskilt tydligt (Walker Rettberg 2014, s. 169). Det gör vår studie av bloggar extra intressant att studera, även om kvinnliga bloggare dominerar i vår studie (åtta av elva är kvinnor).

Individualisering är central på bloggar och bidrar till en förskjutning från kollektivism till ett utpräglat fokus på det egna livet, detta menar Nanna Gillberg (2014), forskare vid Handelshögskolan (Gillberg 2014, s. 36). Subjektivitet träder fram på bekostnad av objektivitet, vilket i sin tur bidrar till en förskjutning från det kollektiva organiserandet i den fysiska världen till den enskilda personens aktivism online. I detta fenomen ser man på det egna livet i relation till övriga samhället, det egna livet fungerar då som en politisk plattform. Sociologen Anthony Giddens (1999) kallar dessa personliga ställningstaganden för *livspolitik* och menar att individen gör val som är baserade på samhällets sociala förändringar och som innebär beslut och förändringar för det egna livet. Individen relaterar till frågan "Hur ska jag leva?" (Giddens 1999, s. 253–254). I de miljöbloggar vi studerat är tendensen att använda vardagen som politisk arena tydlig. På olika sätt informerar de om sina miljöval och om sina skäl att sträva efter att leva på ett sätt som gynnar en hållbar utveckling. Nyheter, undersökningar, andra blogginlägg<sup>1</sup> och debatter på både lokal och global nivå diskuteras med avstamp i den egna vardagen. De val man gör, eller inte gör, och varför man gör vissa val – allt dokumenteras i mer eller mindre personliga texter som grundar sig på en individuell reflektion av samhällsutvecklingen.

Den senmoderna människan är involverad i sitt eget identitetsskapande (Giddens 1999, s. 13–14). Experimentering och projektering av identiteten är ett utmärkande drag i just sociala medier (Stier 2012, s. 98). Exempelvis tillåter Facebook oss, att till viss del, experimentera med vår identitet genom att vi erbjuds att forma den så som vi vill att den ska se ut för andra. I sociala medier får det objektiva förhållningssättet träda tillbaka för den subjektiva fokuseringen, den egna personen och den personliga åsikten framträder starkare (Gillberg 2014, s. 53). Vi ställer oss frågande till hur det kan påverka den objektiva bedömningen av information och vill undersöka om källkritiska åtaganden är åsidosatta vid informationshantering på sociala medier och bloggar.

Med de sociala mediernas revolution har det skapats en sorts samhällelig informationstäthet som kan hjälpa oss att hantera mängden av information, anpassad efter individens intressen och behov. Rätt information på rätt plats kan få livsförändrande innebörd (Snickars 2014, s. 280). Ett exempel är den amerikanske presidenten Barack Obamas lyckade valkampanj 2008 vilken bland annat anses vara ett resultat av att han var personligt närvarande i sociala medier (Gillberg 2014, s.

---

<sup>1</sup> Blogginlägg och bloggpost används synonymt i texten.

47). Under arabiska våren 2011 anses informationen som cirkulerade på sociala medier ha varit ett bidragande hjälpmedel till revolutionerna (Walker Rettberg 2014, s. 92).

Sociala medier har en styrka som kommunikationsverktyg och som informationskälla och vi vill belysa detta ur ett B&I-perspektiv i vår uppsats. Ämnet är aktuellt och relevant för yrkesgrupper inom B&I; forskare, bibliotekarier och informationsvetare men även för miljövetare eller liknande yrkesgrupper som arbetar med miljö och information. Detta för att få en inblick hur information i ett visst avgränsat ämne kan cirkulera på sociala medier och bloggar. För bibliotekarier anser vi att uppsatsen kan bidra med förståelse för hur en blogg kan användas som verktyg, dels för att kommunicera med användare och dels för att förstå den källkritiska kunskapen hos användare.

## 2 Syfte och forskningsfrågor

Vårt syfte är att bidra med kunskap och förståelse om hur information om mat som miljö- och konsumtionsproblem kommuniceras på bloggar med miljöfokus. Vi studerar hur bloggarna använder sig av källkritik genom den information de väljer att publicera. Detta är intressant eftersom sociala medier för många människor är en huvudsaklig informationskälla och för att användningen av dem som kommunikationsforum är ett aktuellt samhällsfenomen.

Våra forskningsfrågor är följande:

1. Hur är information om mat som miljöproblem situerad på bloggarna?
2. Hur kommer källkritisk hantering till uttryck på bloggarna?

### 2.1 Disposition

Efter inledning, bakgrund, problemformulering, syfte och forskningsfrågor, följer en redogörelse för centrala begrepp och utgångspunkter. Dessa förklarar relevanta begrepp och aktuella områden vilka har betydelse för vår studie. Därefter följer en genomgång av tidigare gjord forskning inom det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältet vilken är relevant för vår studie. Detta för att motivera frågeställningarna men också för att förankra våra undersökningsresultat i det befintliga kunskapsläget. Litteraturgenomgången behandlar bloggar, information om miljö samt källkritik och trovärdighet. Därpå följer ett avsnitt om de teoretiska grundvalar vår studie lutar emot. Dessa är det sociokulturella perspektivet på lärande, konsumentkultur och etisk konsumtion. Vi går sedan igenom vilka metoder vi använt oss av i studien, urval av bloggar och informanter för materialinsamling samt hur vi gjort analys av bloggposter och intervjusvar. Därefter följer resultat och analys av det empiriska materialet mot bakgrund av tidigare forskning och teoretiska resonemang. Det följs upp i en diskussion vari vi söker besvara våra forskningsfrågor. Till sist avslutar vi med förslag på vidare forskning.

### 2.2 Avgränsningar

I det stora interaktionsnätet människor emellan som dagligen genomsyrar sociala medier har vi valt att enbart fokusera på bloggar, dels för att avgränsa studiefältet och dels för att det är möjligt att studera bloggar då de är offentliga forum. För att kunna

ringa in materialet har vi valt att studera enbart svenska bloggar. Sveriges befolkning är generellt miljömedvetna i sina vardagliga val och svenskar använder bloggar i stor utsträckning (Findahl 2012). En fördel med att välja svenska bloggar är att de ligger närmast oss själva att förstå både språkligt och kulturellt. Bloggarna skriver om flertalet ämnesområden vad gäller miljöproblem. Förutom mat skriver de om till exempel resor, elektricitet, naturliga material, gifter i kläder och hygienartiklar. Konsumentkultur hänger nära samman med frågor kring identitet, livsstil, klass och politik, men avgränsning att inte gå in på dessa områden gjordes. Vi utelämnar även den tekniska aspekten och diskuterar digital teknik i allmänna ordalag men väljer att inte definiera och belysa socio-tekniska system, informationsteknik eller digital teknologi.

## 3 Centrala begrepp och utgångspunkter

I följande avsnitt redogör vi för och förklarar de begrepp och utgångspunkter som vi anser har relevans för vår uppsats.

### 3.1 Information

Vetenskapen om information innefattar flertalet områden, exempelvis har studier om människors behov av information (t. ex. Wilson 2006) och människors informationsbeteende (t. ex. Kuhlthau 2004) lång tradition inom informationsvetenskapen. Informationsvetenskap är ett fält som fokuserar på dokumenterad information som produceras och används av människor och kan förstås som “a multidisciplinary field of study, involving several forms of knowledge, given coherence by a focus on the central concept of human recorded information” (Bawden & Robinson 2012, s. 3). Inom fältet biblioteks- och informationsvetenskap finns begreppet social information (Widén & Holmberg 2012, s. 4). Social information skapas och delas gemensamt genom sociala nätverk bland annat på internet. Vid interaktion på sociala medier tar man emot social information. Information sedd ur sociala mediers perspektiv innebär att information är överallt förekommande och att information skapas, delas och sprids tillsammans med andra deltagare online (Bawden & Robinson 2014, ss. 143–146).

Själva begreppet information kan förstås på olika sätt. Det grundläggande förståelsesättet är att se information som en process där ett meningsfullt innehåll överförs genom olika kommunikationsformer (Snickars 2014, s. 286). På så sätt är informationen helt beroende av en mottagare. Ett annat sätt är att se information som kunskap, men enligt Arlene Taylor och Daniel Joudrey (2009) pågår debatt om detta (Taylor & Joudrey 2009, s. 3). Taylor och Joudrey (ibid.) menar att information omvandlas till kunskap först när den tagits upp, förstås och interagerats hos mottagaren med redan inlärd kunskap. Detta sätt att se på information och kunskap stämmer också överens med det sociokulturella perspektivet vilket är den teori av människans lärande vilket vi lutar våra teser emot i denna uppsats.

Michael Buckland har uttryckt sig om begreppet information på liknande vis. Han delar upp begreppet information i tre kategorier; information som kunskap; information som process, information som ting (Buckland 2012, s. 2). Information som kunskap innebär att lärande är ett resultat av vad vi fått informerat och vad vi sedan väljer att tro är sant. Information som process, kan ses som en lärandesituation där man tillhandahåller eller mottager information. Lärandet eller mottagandet av information är då beroende av vad vi redan har för kunskaper. Information som ting kan vara dokument av alla slag, fysiska och digitala. Användningen av dessa

dokument är kulturellt betingad och är en aktivitet som beror på sitt sammanhang (Buckland 2012, s. 2). Information får på så vis flera olika betydelser och kan förstås på flera sätt.

En annan, inom biblioteks- och informationsvetenskap, känd definition av information, är Marcia Bates: "Information is the pattern of organization of matter and energy given meaning by a living being" (Bates 2006, s. 1042). Vi tolkar denna definition som att information är spår av olika former av aktivitet av människor eller andra levande varelser. I vår uppsats väljer vi att se på information som en kombination av samtliga av ovan nämnda författares förståelsesätt av begreppet, detta för att inte utelämna exempelvis den kulturella kontexten. Vi får en omfattande definition av information som kan vara nödvändig när datorstödd kommunikation skall studeras. Det sociala sammanhanget är spritt och rörligt online och gör det svårt att härleda information till enbart ett forum eller format.

### 3.2 Sociala medier

Sociala medier integreras allt mer i våra vardagliga liv och innefattar ett stort område av digitalt baserad social interaktion och kommunikation. Denna praktiseras i diverse former som bloggar, diskussionsforum, sociala nätverkssajter (SNS) som till exempel Facebook, Google+, Twitter, Instagram, Pinterest och LinkedIn. Det finns en åldersskillnad i hur vi använder sociala medier men dess betydelse som informationskälla ökar, bland den yngre populationen är ökningen markant (Findahl 2014).

De två största verktygen av sociala medier är bloggar och sociala nätverkssajter. Definitionerna av vad sociala medier innebär, är många. En av dem är: "web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system" (boyd & Ellison 2008, s. 211). boyd och Ellisons definition av sociala medier passar vår förståelse för vad en blogg är och hur den fungerar.

### 3.3 Bloggar

En blogg är ett socialt forum som tillåter interaktion med de som läser bloggen. Bloggen är en webbsida som i idealfall uppdateras ofta. Det senaste inlägget på bloggen placeras först och tidigare inlägg är därefter placerade i omvänd kronologisk ordning. Inläggen kan bestå av både text, bilder eller filmer. Inläggen är utrustade med en funktion där läsaren kan tillåtas lämna sina kommentarer. På så sätt förekommer interaktion mellan bloggans författare, även kallad bloggaren, och bloggans läsare. Kontakter knyts mellan olika läsare och även mellan olika blogg-författare då bloggar ofta är länkade till varandra (Kozinets 2011, s. 122). Ordet blogg kommer från en sammanslagning av *web* och *logg* och förståelsen av att *blogga* är ett sorts skrivande i en loggbok på webben finns fortfarande kvar (Kronqvist-Berg 2014, s. 11). Bloggens inlägg kan kännetecknas med att de kommer frekvent, de är förhållandevis koncisa, de är även förhållandevis personliga och inläggen skrivs oftast i jag-form (Walker Rettberg 2014, ss. 30–34). Bloggar har senare utvecklats till

olika former som microbloggar, till exempel Twitter, videocasts och podcasts (Kronqvist-Berg 2014, s. 11). En blogg är tät sammankopplad med sina läsare, utan dem fyller inte bloggans funktioner med att dela information och idéer någon roll (Walker Rettberg 2014, s. 67). Ur ett större sammanhang kan bloggar ses som deltagande media vari bloggaren och läsaren tillsammans skapar information.

Jill Walker Rettberg (2014) menar att bloggar numera finns med i litteraturens och literacitetens historia, skrivandets och kommunikationens historia (Walker Rettberg 2014, s. 1). Hon menar vidare att bloggar är en del av ett fundamentalt skifte i hur människan kommunicerar och syftar på att masskommunikationen för några årtionden sedan utgick från en och riktades till många, medan det idag är många-till-många-kommunikationen som blivit normen. Walker Rettberg går i sin bok *Blogging* (2014) igenom kommunikationens historia med utgångspunkt innan boktryckarkonstens uppkomst (1400-talet). I ljuset av att den orala kulturen övergick till att bli en litterär kultur, kan vi nu kalla vår nuvarande kultur med de möjligheter sociala medier och bloggar innebär, för den andra orala kulturen (*secondary orality*) (Walker Rettberg 2014, s. 38). Begreppet kan förstås med tanke på att bloggar i många aspekter har likheter med den orala kulturens karaktäristik, till exempel att bloggen är kontroversiell och oftast har ett språk som ligger närmre ett talspråk än ett skriftspråk och att den är social då man kan ställa frågor på en blogg som man kan förvänta sig få svar på, antingen av personen som står bakom bloggen eller av bloggans andra läsare (Walker Rettberg 2014, ss. 36–39). Walker Rettberg (2014) menar att internet, sociala medier och bloggar drar paralleller till *the public sphere* vilket är den tyske sociologen och filosofen Jürgen Habermas begrepp om det ideala publika utrymmet vari medborgaren demokratiskt får möjlighet att debattera och säga sitt inför intresserade åhörare (ibid., s. 50).

Walker Rettberg (2014) delar upp bloggar i tre kategorier; personlig- eller dagboksblogg, filterblogg samt ämnesblogg (Walker Rettberg 2014, s. 17). Dagboksbloggen är personlig och kretsar kring bloggarens egna liv och erfarenheter som denne har lust att dela med sig av (ibid., s. 20). Filterbloggen kretsar kring ett för bloggaren aktuellt intresse. En filterblogg består ofta av länkar och rapporter kring det intresse som behandlas och mer sällan av personliga perspektiv (ibid., s. 21). Filterbloggen skiftar fokus när bloggaren får ett nytt intresse, det gör däremot inte ämnesbloggen som enbart kretsar kring ett specifikt område. På ämnesbloggen delas länkar och information med läsaren, ämnesbloggen länkar ofta vidare till andra informationskällor och ämnet diskuteras i inlägg och kommentarsfält (Walker Rettberg 2014, s. 24). K-blogg eller kunskapsblogg är ytterligare en definition av ämnesbloggen och har förekommit i forskning (Kjellberg 2010, s. 41). Indelningen av bloggar skall dock inte ses som hugget i sten, många bloggar skiftar fokus ämne och innehåll (Walker Rettberg 2014, s. 33; Kjellberg 2010, s. 42). Indelningen kan emellertid underlätta när man studerar bloggar, det blir en slags definition att utgå ifrån när man studerar innehållet.

Att länka är en väsentlig del av att blogga (Walker Rettberg 2014) och länksystemen på bloggarna kan ses som ett karta över sociala nätverk (ibid., s. 61, 68). Många bloggar använder blogrolls, det vill säga en synlig lista med länkar till andra bloggar, vilket kan vara ett sätt att synliggöra och sprida ut sin blogg (ibid., s. 64). För en ny

bloggare, eller för en bloggare med ambitionen att nå ut till många läsare, blir länkar till andra bloggar oundgängliga.

### 3.4 Hållbar utveckling

Då vi studerar hur man på bloggar med fokus på miljö och hållbar utveckling, kommunicerar kring mat ur ett hållbarhetsperspektiv, så finner vi en förklaring till begreppet hållbar utveckling passande. Förenta nationerna och Brundtlandkommissionen deklarerade 1987 definitionen av hållbar utveckling i sin rapport *Vår gemensamma framtid*, vilken lyder: "En hållbar utveckling är en utveckling som tillfredsställer dagens behov utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov." Hållbar utveckling består av tre grunddelar, ekologisk hållbarhet, social hållbarhet och ekonomisk hållbarhet. Dessa tre kan ses som dimensioner vilka är beroende av varandra och värda lika mycket (KTH, 2014). Den ekologiska aspekten i Förenta nationernas definition är den som vi i huvudsak berör i uppsatsen eftersom det till största delen är den delen av hållbar utveckling som nämns i de bloggar vi studerar.



## 4 Tidigare forskning

Nedan följer en litteraturgenomgång över tidigare forskning inom det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältet. Genomgången tar upp nödvändiga ämnesområden för att förstå alla dimensioner i vår studie. Avsnittet behandlar det aktuella forskningsläget gällande bloggar, miljöinformation samt källkritik och trovärdighet för information på bloggar.

### 4.1 Bloggar

Relevant forskning från B&I-fältet berör bloggen som fenomen, om att blogga och om bloggar som handlar om att leva ett miljövänligt vardagsliv, av Emy N. Decker och Monya D. Tomlinson (2014), Katy Greenland (2013), Jutta Haider (2015, 2014, 2011), Kyung-Sun Kim, Sei-Ching Joanna Sin och Eun Young Yoo-Lee (2014), Sara Kjellberg (2010, 2009) och Mei-Yu Wang (2013). Från andra fält har vi läst om bloggar hos Nanna Gillberg (2014). Gillberg är forskare i ekonomi men hennes forskning kretsar kring samtid, populärkultur och medier och eftersom sociala medier och digital kommunikation är central för uppsatsen är hennes forskning relevant att ta upp här.

Kim, Sin och Yoo-Lee (2014) amerikanska forskare inom biblioteks- och informationsvetenskap, har studerat hur universitetsstudenter använder sociala medier som informationskällor. I en studie där 800 studenter deltog i vilken frågorna handlade om hur information från olika slags sociala medier används och evalueras. Författarnas resultat visar på att sociala medier används i stor utsträckning men att just bloggar och microbloggar används minst av dem alla som är med i studien, men dock till så stor del som 30% (ibid., s. 447). Vad studenterna i studien använder bloggar som informationskälla till, är främst av anledning att få information om andra människors åsikter om något eller att få kunskap om populära trender (ibid., s. 448–449).

På bibliotek brukar bloggar användas som ett kommunikationsverktyg, för att förmedla nyheter och information om bibliotekets programpunkter, bildningsmaterial och boktips (Decker & Tomlinson 2014; Wang 2013). Bloggarna kan vara effektiva som medel för att aktualisera bibliotekets funktioner (Decker & Tomlinson 2014, s. 61). Men bloggarna når inte alla tänkta användare. Den äldre befolkningen ökar på många håll i världen och genom att studera bloggar byggda av pensionärer kan folkbibliotekets bloggfunktioner förbättras (Wang 2013). En taiwanesisk undersökning visar att folkbiblioteken skulle möta äldres behov bättre, främst genom att lyfta fram ämnen inom hälsa, medicin och religion men även information med självlärande ändamål (ibid.). Utifrån de äldres behov behöver bibliotekens bloggar

justeras vad gäller ljud och ljusfunktioner (ibid.). För att inkludera mångkulturella och icke-traditionella studentgrupper på forskningsbibliotek har bloggen funktioner som inte utnyttjas, menar Decker och Tomlinson (2014). För att en biblioteksblogg skall bli läst behöver den vara synlig, lättillgänglig och hållas kontinuerligt uppdaterad. Vidare behövs ett skiftande och inkluderande innehåll som vänder sig till förslagsvis internationella studenter samt uppmärksammande av författarskap från många olika länder (Decker & Tomlinson 2014, s. 62–63). Blogginlägg kan även ge tips som rör föräldrar eller funktionshindrade för att inkludera alla, på det viset blir andra studenter uppmärksammade på den mångfald som finns bland dem (ibid., s. 65–66). Nämnade förslag bidrar till att bibliotekets bloggar nå ut till fler användare.

Greenland (2013) som forskar inom B&I i Australien, har studerat bibliotekariebloggar och hur den akademiska bibliotekarien använder bloggen utanför sin arbetsplats. En bibliotekarieblogg produceras av människor som arbetar inom det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältet och bloggen kan handla både om arbetet och om bibliotekariens privatliv, det vill säga om att vara en bibliotekarie (ibid., s. 219). Bibliotekariebloggaren möter frågor som hen tvingas ta ställning till, dessa handlar om hur bibliotekarien ska presentera sig själv, hur hen ser på sin identitet, etiska frågor, bloggans läsekrets, samt sitt eget privatliv (ibid., s. 221). Greenland menar att det finns en otydlig gräns mellan det personliga och det professionella i bloggvärlden, vilket kan representeras av en bibliotekarieblogg. "What is public becomes personal, and what is private can also become public when it comes to blogging." (ibid., 2013, s. 219). Citatet från Greenland här är intressant eftersom det fångar bloggans natur och bloggarens ofta individuella och personliga tilltal samt att det även representerar användaren av sociala medier i övrigt.

I en alltmer individualiserad värld finns det en förväntan på att individen skall offentliggöra sina handlingar (Gillberg 2014, s. 35). Att berätta för att beröra eller underhålla, med ett personligt perspektiv, har blivit vår tids sätt att förmedla information (ibid. s. 52). Bloggen har därmed blivit ett effektivt verktyg för den enskilda individen att göra sin röst hörd (Gillberg 2014). Vad vi gör, tycker och vad vi konsumerar blir i bloggen ett sätt att offentliggöra vilka vi är som personer, eller vilka vi vill uppfattas att vara (Gillberg 2014, s. 87–88). Haider har studerat den digitala kultur som omger sociala medier och bloggar om att leva miljövänligt, och om hur dessa kunskaper projekteras i vardagen (Haider 2015, 2014, 2011). Att blogga om att leva miljövänligt är en identitetsmarkör och kan ses som ett nyliberalt uttryck för samtidens förväntan på individens ansvar för sin egen situation (Haider 2015, s. 2, 4). Det privata och offentliga kopplas samman i miljöbloggar och utgör en arena för en social och politisk konstellation (Haider 2015, s. 4, 9).

Kjellbergs avhandling inom bibliotek och informationsvetenskap, *Forskarbloggar: vetenskaplig kommunikation och kunskapsproduktion i bloggofären* (2010), fokuserar på bloggen som vetenskapligt kommunikationsverktyg och hur bloggen fungerar som ett redskap under forskningsprocessen. Forskarbloggarna fungerar dels som ett sätt att hantera information och interagera med andra och dels som ett sätt att komma utanför sin egen sfär, i detta fall det som går under namnet forskarsamhälle (Kjellberg 2010, ss. 73–76). I miljöbloggar finns samma tendenser, en väsentlig del av att blogga innebär att bloggaren vill nå utanför sina domäner och vara en del av ett

socialt och kollektivt nätverk (Haider 2014, s. 255). Haiders forskning utvecklas närmare under nästa rubrik.

## 4.2 Miljöfrågor och information

Kombinationen miljö och information som forskningsområde inom B&I är begränsad. Forskare vi tar upp på området är Haider (2015, 2014) och Lisa P. Nathan (2012). För att finna mer litteratur och forskning som behandlar miljöinformation vänder vi oss till de närliggande disciplinerna sociologi och media- och kulturvetenskap, vilka här representeras av Alison G. Anderson (2014) och Helen Merrick (2012).

Gällande forskning inom B&I har Haider studerat hur miljöinformation skapas, delas och återproduceras på sociala medier, med fokus på främst bloggar (Haider 2015, 2014). Haider har i sin forskning undersökt hur information om miljövänligt vardagsliv är situerad och hur miljöfrågor diskuteras på miljöbloggar samt hur länknings mellan olika svenska miljöbloggar ser ut (Haider 2015, 2014). I sin senaste artikel *The Shaping of Environmental Information in Social Media: Affordances and Technologies of Self-control* (2015) vilken baseras på studier av 46 stycken bloggar, visar hon hur information från miljöbloggar bidrar med att skapa en allmän uppfattning kring hur miljövänligt liv ska levas och ordnas i det västerländska konsumtionsområdet. I forskningen studeras vad nätverkandet mellan bloggar kan utgöra och vad det kan betyda för skapandet av information. I bloggarna presenteras etiska dilemman i förhållande till bloggarens vardagliga praktiker relaterade till miljöfrågor. Dessa vardagliga praktiker rör familjelivet, hemmet och frågor kring bloggarens konsumtion, till exempel plastprodukters vara-eller-icke-vara och olika sätt att kontrollera sin konsumtion genom att ha köpfria perioder (Haider 2015, s. 14). Bloggarna fungerar som verktyg för identitetsskapande och självkontroll i syfte att leva på ett miljövänligt sätt (ibid., ss. 2–4). Haider (2015) skriver att sociala medier passar ypperligt för ett individualiserat uttryck i syfte att väcka uppmärksamhet och till att skapa kampanjer som till exempel "Earth Hour" eller liknande (ibid., s. 7). Vidare menar hon att sociala medier, och speciellt bloggar, har blivit viktiga verktyg för medborgaren i det nyliberala samhället, i vilket hen ska marknadsföra sin egen person och motivera sitt levnadssätt, i dessa fall inspirerat av miljövänliga val (ibid., s. 15).

I tidigare forskning har Haider i artikeln *Taking the environment online: Issue and link networks surrounding personal green living* (2014), undersökt vilka teman som representeras i de länkar som omger och används av miljöbloggarna. Detta i syfte att synliggöra vad det innebär att leva ett miljövänligt liv som det är situerat på bloggarna (ibid.). Haiders (2014) forskning som kan bidra till att förstå hur information om miljö på nätet även är en del av samhället i stort (ibid., s. 249). I studien är det framträdande att miljöengagemang är en del av individens vardagsliv och tätt sammankopplat med det begrepp Giddens (1999) benämner som livspolitik (Haider 2014, s. 249).

Nathan, amerikansk forskare inom B&I, är intresserad av att studera hur grupper av människor kan bilda informationsekologier, vilket innebär ett system av människor, praktiker, värderingar och teknologier i en särskild lokal miljö (Nathan 2012, s.

2255). Utifrån dessa intressen har Nathan genom etnografiska studier av ekobyars invånare undersökt frågor relaterade till ekologiskt hållbar informationspraktik (2012). Informationspraktik är enligt Nathan en kollektiv igenkännbar aktivitet för att dela, skapa och organisera information (ibid., s. 2256). Nathans studie består av etnografiska undersökningar av hur människor boende i två stycken olika ekobyar använder informationsteknologi. De två ekobyarnas medlemmar hon har studerat beskrivs som grupper av människor som delar samma värderingar rörande hållbar utveckling. Moderna informationsteknologiska verktyg, såsom datorer och mobiltelefoner, lyste med sin frånvaro i medlemmarnas utsagor angående vad de delar på eller vad de väljer bort i vad som anses vara en mer "vanlig" livsstil. Istället visade de på sina visioner om annorlunda vägar som leder till andra hållbara praktiker (2012, s. 2260.). Båda ekobyarna drev webbsidor och använde e-postlistor som ett sätt att informera varandra om gemensamma sysslor (ibid., s. 2262). Resultaten av Nathans studier av ekobyarna visar att hållbara informationspraktiker är åsidosatta från våra andra dagliga praktiker (ibid., s. 2267). Ekobyarnas medlemmar representerade hållbara praktiker angående husbyggnationer, trädgårdshållning, matlagning och dylikt men digitala informationspraktiker som stödjer ekobyarnas värderingar, var obefintliga (ibid., s. 2264–2265). Vår koppling till Nathans (2014) forskning om informationsekologier ser vi i att bloggarna i vårt empiriska material är en grupp människor som bildar en kollektiv igenkännbar aktivitet, det vill säga, informationspraktik, i det här fallet om hur man lever på ett miljövänligt sätt.

Anderson, amerikansk professor i sociologi, har forskat om hur nyhetsmedia tenderar att fokusera på problem gällande miljöfrågor och anser att de inte lyfter fram innovativa lösningar i tillräckligt hög grad (Anderson 2014). Anderson (2014) menar att miljödebatter ofta är djupt omstridda, att media gör sin tolkning av komplexa diskussioner, och anser därför att miljöanalyser bör placeras i en vidare kontext för att få fäste hos allmänheten (Anderson 2014, s. 2). Vidare ställer hon sig frågande till vem och vad som avgör vilka nyheter som bevakas och vilka som inte får utrymme och talar om betydelsen av ett nätverkssamhälle (network society) (ibid., ss. 17–19). Miljömedvetenhet har ökat kraftigt hos allmänheten de senaste åren och här spelar sociala nätverk och internet en avgörande roll (ibid., s. 63). Miljöorganisationer var tidiga med att synas på internet och miljöbloggar har haft en stor påverkan på nyhetsbevakning då det som inte nyhetsmedier tar upp kan utvecklas desto mer på en blogg (ibid., s. 28). När allt fler människor har tillgång till billiga smarta telefoner och de sociala nätverken på internet blir allt fler leder det till att allmänheten själva kan bevaka och dokumentera aktuella händelser, som exempelvis vid en miljökatastrof, vilket i sin tur har tvingat traditionella medier att ändra ståndpunkt (Andersson 2014, s. 28.). Numera är nyhetsbevakning online och offline präglade av varandra och gränsen mellan alternativa och traditionella medier är hårfin (ibid., s. 109, 162). Anderson (2014) diskuterar hur sociala medier kan vara effektfulla när de delar information men även att de är begränsade (ibid., s. 163). Dessutom behövs det insikt i hur skilda socio-ekonomiska, politiska och kulturella kontexter skildrar miljödebatten på olika sätt (ibid., s.170). Svenska miljöbloggar skall alltså ses som en produkt av svensk samtid, och mer omfattande även av västerländsk livsstil.

Att blogga om att leva ett miljövänligt liv är en vanlig genre online, det menar Merrick (2012), forskare i media- och kulturvetenskap med särskilt intresse för internet. Hon har, genom en online-enkät, undersökt hur två australienska miljöforum

uppmuntrar sina användare till hållbar utveckling och om de får effekter även i den fysiska världen, offline. Undersökningen visar att miljöforumen, som båda verkar för hållbar utveckling och miljövänligt liv, kan mobilisera aktivitet och handling offline, både på lokal nivå och med ett ökat samhällsengagemang i allmänhet. En majoritet av respondenterna uppger att forumen har effekt på deras agerande kring miljö. Det framgår också att de inte är en ingång till miljöfrågor utan att ett intresse sedan tidigare har fört dem dit. Vidare visar resultatet att en majoritet använde sig av en mängd olika källor, men att forumen var förstahandsvalet som internetkälla. Respondenterna uppgav att de främst sökte sig till dessa webbforum för att lära av andra och för att få mer information men det framgår att den sociala interaktionen också är betydelsefull. (Merrick 2012, u.p).

### 4.3 Källkritik och trovärdighet

Här tar vi upp viss forskning och litteratur som gjorts inom biblioteks- och informationsvetenskap vad rör källkritik och trovärdighet. Informationskompetens, källkritik och trovärdighet på sociala medier har vi studerat i litteratur av David Bawden och Lyn Robinson (2012), Tracy Rickman Cosenza, Michael R. Solomon och Wi-Suk Kwon (2015), Helena Francke och Cecilia Gärdén (2013), Kim, Sin och Yoo-Lee (2014), Louise Limberg, Olof Sundin och Sanna Talja (2009), Sundin och Francke (2012, 2009), Torsten Thurén (2005) samt Thurén och George Strachal (2011). Cosenza, Solomon och Kwon (2015) forskar om konsumenter och konsumtion inom ekonomi, affärer och marknadsföring, men då texterna på de bloggar vi studerar handlar om konsumtionsfrågor ur ett källkritiskt perspektiv, anser vi att deras studier om bloggar som trovärdiga källor även kan vara relevanta för oss att ta upp här.

#### 4.3.1 Vad är källkritik?

Forskning om källkritik är vanligt förekommande inom biblioteks- och informationsvetenskap (t. ex. Francke & Gärdén 2013; Limberg, Sundin & Talja 2009; Sundin & Francke 2012, 2009). Enligt Thurén (2005) handlar källkritik om att kontrollera fakta och att värdera källans trovärdighet (Thurén 2005, s. 13). Källkritik utgår från fyra principer och en distinktion. Distinktionen man ska göra i en källkritisk bedömning är att skilja på om källan är en berättelse eller en kvarleva, där kvarlevan anses mer sann än berättelsen. De fyra principerna är: (1) källan ska vara äkta, (2) det ska finnas ett tidssamband, (3) källan ska stå oberoende och inte vara en avskrift av någon annan källa, och (4) källan ska ha tendensfrihet vilket innebär att källan inte är påverkad av någons intressen. I internetsammanhang är de källkritiska principerna i stort sett oförändrade men kan behöva kompletteras (Thurén & Strachal 2011, s. 8). I första hand innebär det enorma informationsflödet på nätet att det krävs en del bortsortering, att mottagaren har förmågan att snabbt bedöma om en webbsida verkar trovärdig, exempelvis genom att fråga sig vad syftet är med sidan, vilka länkar som finns, hur fakta behandlas och vem som står bakom sidan (Thurén & Strachal 2011, s. 127). Det faller alltså på läsaren att ha ett källkritiskt medvetande.

### 4.3.2 Informationskompetens

Termerna inom ramen för informationskompetens är många och forskningsresultat innefattar praktiska detaljer exempelvis vid informationssökning och hur informationskompetens kommer till uttryck i samtiden. Att ha kunskap om olika källor och kunna utnyttja dem på bästa vis är ett sätt att vara informationskompetent (Francke & Gärdén 2013, s. 146). Limberg, Sundin och Talja (2009) skriver att informationskompetens innehåller sökning, sovrning, bedömning och användning av information (Limberg, Sundin & Talja 2009, s. 41–42). Förmågan att använda och sovr information på internet brukar benämnas som IT-kompetens (*IT literacy*) eller digital kompetens (Bawden & Robinson 2012, s. 288). Bawden och Robinson (2012) menar att digital kompetens är en kombination av attityd, användning och färdighet som praktiseras för att finna, kommunicera och använda information effektivt, och skall kunna appliceras på varierande digitala format.

Kim, Sin och Yoo-Lee (2014) menar att den omfattande användningen av sociala medier som informationskälla innebär att bibliotekarier som arbetar med informationskompetens, bör få vidareutbildning kring metaliteracitet (ibid., s. 452–453). Metaliteracitet innebär, enligt författarna till studien, informationskompetens mer inriktad på hantering av information från sociala medier (ibid., s. 452). Vi tolkar metaliteracitet som en förlängning av digital kompetens och vi bedömer att det är ett begrepp på upp gång.

### 4.3.3 Trovärdighet

Francke och Gärdén (2013) är i linje med Thurén och Strachal (2011), och menar att de klassiska kriterierna för källkritisk bedömning används (Francke & Gärdén 2013, s. 169), men på ett annat sätt i vårt multimediala samhälle, de används för att bedöma källans tillförlitlighet. Hur man värderar olika källors tillförlitlighet har fått stor aktualitet sedan internets genomslag. Grunden i källkritik är att fastlägga hur verkligheten ser ut och hur källans uppgifter kommit till i syfte att kunna förhålla sig till källan. Inom B&I-fältet är det därför vanligt att studera tillförlitlighet och trovärdighet hos användaren gentemot källan och ofta lyfts expertis fram som ett kriterium för trovärdighet. Kognitiv auktoritet är ett begrepp som forskare inom B&I använder (t. ex. Wilson 1983). En kognitiv auktoritet behöver inte vara en auktoritet i sig, utan bedöms som en auktoritet av användaren. Det kan även vara en artefakt, exempelvis en termometer eller en klocka, som man väljer att lita på i en viss fråga. Vad eller vem som är en kognitiv auktoritet skiljer sig alltså åt beroende på situation men det är också kulturellt betingat (Francke & Gärdén 2013, s. 165–166). Francke och Sundin (2012) har studerat hur källkritiska värderingar kommer till uttryck i den svenska skolans värld. I sin forskning har de studerat hur källkritik av deltagande medier, främst Wikipedia, används av lärare och elever i gymnasieskolan. De menar att nya mediatyper som sociala medier utmanar det källkritiska tänket jämfört med källkritik i traditionell media, som till exempel den tryckta boken (Francke & Sundin 2012, s. 169). I en tidigare studie av samma författarpar undersöktes gymnasieelevers trovärdighet till olika mediatyper (Francke & Sundin 2009). Här såg man en åtskillnad på graden av tillförlitlighet beroende på vilken genre mediet tillhörde. Bloggar ansågs av eleverna till största delen bestå av förmedling av bloggarens åsikter och kunde därför användas främst i inspirationssyfte, jämfört med böcker som

ansågs innehålla fakta. Bloggtypen som eleverna hänvisade till var dock personlig blogg eller dagboksblogg (Francke & Sundin 2009, s. 13).

Information på nätet söks av olika anledningar; för att få kunskap, förståelse eller stöd vid exempelvis konsumtionsval (Cosenza, Solomon & Kwon 2015, s. 75). Aktuell forskning visar att internetanvändaren i allra högsta grad låter sig påverkas av vänners och bekantas omdömen på sociala medier och att informationen på nätet är avgörande för de produkt- och konsumtionsval som sedermera görs, internet står för 70–89% av informationskällorna för konsumenter (ibid., s. 71). I dag är bloggen den tredje viktigaste nätplattformen att inhämta information ifrån när konsumenten vill ha hjälp vid bedömning av en produkt eller tjänst (ibid., s. 71–72). Information och omdömen på en blogg kan upplevas som en personlig röst, bloggaren har samlat information, ger omdömen och råd, inom ett område som läsaren själv har intresse av och kan relatera till, vilket inger förtroende (ibid., s. 75). Cosenza, Solomon och Kwon (2015) har undersökt bloggar som trovärdiga informationskällor i samband med val och köp av vin. Informationen ska underlätta inför beslut, därav vikten att finna bra trovärdig fakta. Kommunikation som sker via mun till mun, eller bättre beskrivet med den engelska termen, *word of mouth* (WOM), definierat som utbyte av idéer, kommentarer eller åsikter mellan individer, har öppnats upp med internet och sociala medier som verktyg. Med dessa verktyg benämns begreppet *elektronisk WOM* eller *eWOM* och man talar om kraften av eWOM med tanke på dess permanens och leveransfunktioner jämfört med icke-elektronisk WOM, det vill säga vanlig muntlig kommunikation (Cosenza, Solomon & Kwon 2015, ss. 71–77). Kommunikation på bloggar, mellan bloggare och läsare fungerar som eWOM.

Ju smalare och komplext sökningsområde, desto större påverkan har informationen på en blogg för läsaren (Cosenza, Solomon & Kwon 2015, s. 71). Det är upp till blogggläsarna, som för alla internetanvändare, att själva bedöma om informationen de finner kan uppfattas som trovärdig (ibid., s. 75). Trovärdighet kan, enligt artikelförfattarna, bedömas efter tre teoretiska aspekter: *medium*, *message* och *source*. I bloggösfären är själva bloggen verktyget (medium), bloggaren är källan (source) och ett blogginlägg är meddelandet (message) (ibid., s. 74). Meddelandeformen varierar och utgörs av text, foto, ljud, rörliga bilder eller enbart en länk som lotsar en vidare till ett annat forum. I vår uppsats fokuserar vi dock enbart på den skrivna texten, och de länkar och källhänvisningar som förekommer i ett textinlägg. Länkarna är intressanta då de uppenbarar vilka ämnen och källor som är vanligast förekommande, och kan vara ett sätt se vilka ämnen som diskuteras och vilka källor som anses vara trovärdiga (Haider 2014, s. 251). I online-världen rankas ofta bloggar efter hur mycket trafik bloggen har, alltså kan en bloggs framgång påverkas av och även vara helt beroende av hur många länknigar som leder till bloggen ifråga (Cosenza, Solomon & Kwon 2015, s. 77). Med tanke på det förtroende en stor och populär blogg kan inge, är det viktigt att man som blogggläsare och användare av andra sociala medier, utövar ett källkritiskt förhållningssätt.

## 5 Teoretiska grundvalar

I följande avsnitt redogör vi för de teoretiska grundvalar studien lutar emot. Dessa placerar vi i ett konsumentkulturperspektiv vilket innefattar begreppen etisk och politisk konsumtion. Om konsumentkultur använder vi litteratur av Celia Lury (2011), Yannis Gabriel och Tim Lang (2006, 1995), Michele Micheletti och Andreas Follesdal (2007) och Jay M. Handelman (2012). Vi kombinerar konsumentkulturperspektivet med Roger Säljös (2014, 2005a, 2005b, 2000) utvecklade teori om det sociokulturella perspektivet att se på mänskligt lärande. I slutet av teoriavsnittet om den sociokulturella teorin beskriver vi hur källkritik och informationskompetens kan förstås ur ett sociokulturellt perspektiv. Här använder vi litteratur av Bawden och Robinson (2012), Francke och Gärdén (2013) samt Limberg, Sundin och Talja (2012). Avsnittet börjar med en genomgång av konsumentkultur som begrepp.

### 5.1 Konsumentkultur

Ett perspektiv att se på och förstå vår samtida kultur är att se oss själva leva i en konsumentkultur där vi i våra vardagliga praktiker konsumerar dagligen – på morgonen väljer vi kläder och klär på oss, vi äter frukost, vi lämnar våra barn till barnomsorg, vi åker tåg eller bil till arbetet eller universitetet, vi kommunicerar via dator eller telefon, vi blir hungriga och köper lunch och en kopp kaffe – i så gott som alla aktiviteter under dagen finns konsumtion med i någon form. Kort sagt, det är svårt att inte konsumera alls. Lury (2011) menar att konsumentkultur är en kultur vari man ser på konsumenten som ett identifierbart subjekt vilket kan kategoriseras i en kollektiv och individuell identitet (2011, s. 30). Konsumentkultur kan också förstås som en materiell kultur i vilken vi använder eller approprierar objekt. Detta senare synsätt kan vinkla förståelsen av konsumentkultur som begrepp bort från förstörelse och slit-och-släng-konsumtion, och fokusera på konsumtionen i konsumentkulturen kring mer positiva termer som appropriering och transformation (Lury 2011, s. 10). Det vill säga att vi använder objekt av en anledning som för oss vidare till något större eller i syfte att lära oss något. Men termen materiell kultur kan också ge oss en kritisk syn på konsumtion i stort. Några nedslag som förenklar förståelsen av vad konsumentkultur innebär, listas av Lury i boken *Consumer Culture* (2011) och återges här i korthet (Lury 2011, ss. 1–5):

- utbredning av shopping som fritidssysselsättning;
- underlättandet av att ta lån och förändring av betydelsen av, och sätt att se på, att vara skuldsatt;



- tendens att fler och fler aspekter i människors liv kan tillfredsställas genom marknaden; exempelvis områden som rör hälsa, hem och utbildning;
- spridning av olika sätt att handla på, exempelvis genom internet både andrahandsmarknad och nyproduktion, via detaljhandelsturism (t.ex. Gekås Ullared, vår anm.), på mässor av olika slag, på vintage- och andrahandsbutiker och loppmarknader, hemförsäljning via s.k. homepartyn;
- svårigheten att undvika att behöva göra ett val vid köp av vara eller tjänst;
- ökning av konsumentrelaterade sjukdomar eller syndrom exempelvis köp-beroende eller kleptomani.

Lury (2011) menar att tesen att konsumentkultur är central för människans identitet, hennes livsstil och de val hon gör, har formats av ekonomiska förändringar och omställningar i förhållandet mellan produktion och konsumtion (Lury 2011, ss. 7–10). Hon menar vidare att kapitalism och massproduktion dock inte kan ses som ensam orsak till den utbredning och ökning av konsumentkulturen i det samtida västerländska samhället (ibid.). Enligt Lury (2011) tar marknaden över allt fler arenor i våra liv, och detta är ett grundläggande sätt att förstå begreppet konsumentkultur (Lury 2011, s. 166).

### 5.1.1 Prosumtion och prosument

Med digitalisering, främst i betydelse av social integration, har en ny kombinerad form av konsumtion och produktion tagit en central plats – prosumtion (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 14). Sociala mediernas och bloggarnas användare och deras betydelse som skapare och medskapare av information kan förstås i ljuset av begreppet prosument. Ordet är en sammanslagning av producent och konsument vilket indikerar att vi som i en kombination av både konsumenter och producenter har kommit att få en annan ställning på marknaden. Konsumtions- och produktionssamhället har börjat bli utmanat av vad som kan kallas *prosumtionssamhället* (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 17; Ritzer, Dean & Jurgenson 2012, s. 380; Steiner 2012, s. 41). Några exempel på vad prosumtion är: att använda bankomat för att hantera sina pengar; att använda självskanningsapparat eller självutcheckningskassa i mataffären; att använda självvincheckningskiosker på flygplatsen eller på biografen; att använda medicinska gör-det-självt-test som till exempel graviditetstest; att ringa in till ett radio-program som sänds direkt; eller att vara med i ett reality-TV-program (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 18–19; Lury 2011, s. 104). På nätet kan en prosument innebära ett samarbete mellan producent och konsument. Exempel på detta förutom bloggar och andra sociala medier, kan vara webbutikens kommentarsfält till produkten eller tjänsten var konsumenterna tillåts sätta sina kommentarer kring hur de upplevt produkten eller tjänsten i fråga (Lury 2011, ss. 102–104). Prosumenten verkar i en kombination av att producera och konsumera, skapar idéer och information på exempelvis bloggar.

Lury (2011) menar att prosumtion kan sitta på en viktig roll i den samtida kapitalismen då prosumenten genom internet och den definition av webbaserad social interaktion som i början av 2000-talet började kallas *webb 2.0* har fått än större betydelse än förr (Lury 2011, s. x). Webb 2.0 utvecklades från att vara en

envägskommunikation, där internetanvändaren kunde söka information utan möjlighet att interagera och bidra, till en tvåvägsriktad kommunikationskanal med användargenererade sidor och webbplatser (Kronqvist-Berg 2014, s. 9). Bloggen är ett bra exempel på denna definition. Föregångaren var *webb 1.0*, vars sidor var av mer statisk karaktär och fungerande likt en anslagstavla eller uppslagsbok. Från *webb 2.0* utvecklade sedan prosumenter sin ledande ställning då det är läsaren och skrivaren som här kollaborativt skapade informationen (Ritzer, Dean & Jurgenson 2012, s. 385). Idag diskuterar man *webb 3.0*, även kallad den semantiska webben, där så kallade smarta etiketter på dokument, foton och filer gör internetsökningar mer precisa och skräddarsydda (Anderson, 2014, s. 4). Allt fler människor kan aktivt bidra med produktion av information när digital teknologi blir billigare (ibid.)

Som prosumenter på nätet har man möjlighet att påverka andra människor genom att nå ut med sina budskap till en stor mängd läsare. Man kan påverka politiskt och visa sina egna val i syfte att få läsarna att tänka till och göra liknande medvetna beslut. Enligt Lury (2011) kan produktion och konsumtion inte längre separeras då konsumenten har en fortsatt produktiv roll (2011, s. 104).

### 5.1.2 Konsumentrörelser, -aktivism och -makt i en digital tidsålder

I Europa finns idag ett stort intresse för att studera och debattera *konsumentaktivism*, detta menar Gabriel och Lang (2006) antagligen beror på en ökad aktivism kring enskilda angelägenheter av konsumenterna (2006, s. 153). Handelman (2012) och Gabriel och Lang (2006) menar att konsumentkulturen har lett till att *konsumentrörelser* och sociala rörelser som konsumentaktivism har vuxit fram (Handelman 2012, s. 387; Gabriel & Lang 2006, s. 154). En social rörelse kan generellt sägas vara ett aktivistiskt arrangemang, med särskild angelägenhet för ett samhällsligt fenomen, att kollektivt mobilisera människor att ändra rådande ordning i syfte att få samhället att bli på önskat sätt (Handelman 2012, s. 387). Ett svenskt exempel på konsumentrörelse är Sveriges konsumenter som drivs partipolitiskt obundet och ideellt, de för konsumenternas röst och verkar för att varor och tjänster ska vara de bästa utifrån miljö, kvalitet och etik (Sveriges konsumenter, 2015). Med digitala verktyg har möjligheterna för demokratisering av kommunikation öppnats upp. Som konsument hittar man enkelt information via internet om till exempel särskilda arbets- och miljömässiga förhållanden vid framställning av varor. Via en blogg kan man som konsument både ge och få information om exempelvis barnarbete eller andra typer av etiska och moraliska frågor i samband med köp av en viss typ av vara. Information av den här sorten, som exempelvis kring barnarbete vid produktion, var inte möjlig att få som konsument innan vi trädde in i den digitala tidsåldern och detta har öppnat upp för konsumentaktivismen (Handelman 2012, s. 390). Skillnaderna mellan att vara konsument som expertaktivist eller ordinär konsument i traditionell bemärkelse, suddas ut allt mer med sociala medier som verktyg och dess möjligheter att nå ut med sin röst och åsikt (Handelman 2012, s. 390–391).

Lury (2011) menar att konsumentrörelser eller konsumentaktivism i form av politisk aktion antingen mot producenterna eller tillsammans med producenterna har funnit länge (Lury 2011, s. 171), och pekar på fyra vågor av konsumentrörelser genom tiderna med avstamp på mitten av 1800-talet (Gabriel & Lang 2006, s. 156). Gabriel och Langs (2006) historiska och sociologiska analys av konsumenter och konsumentrörelser visar denna uppdelning på ett tydligt sätt. Gabriel och Lang (2006)

benämner de som fyra vågor av konsumentrörelser: (1) kooperativa konsumentrörelsen, vilken uppmanade konsumenter att ta kontroll över produktionen; (2) "värde-för-pengarna-rörelsen", vilken hävdade att vetenskapliga test av produkter skulle göras för att konsumenten skulle kunna få störst värde för pengarna; (3) Naderism (var endast aktuell i USA), vilken föreslog att konsumenterna skulle kämpa emot företagets girighet; (4) alternativa konsumenter som vill omdefiniera konsumtionen till att bli mer etisk och vila på ekologiska grunder. Alla fyra typer av konsumentrörelser är aktuella och verksamma idag men spänningar råder dem emellan (Gabriel & Lang 2006, s. 152; Lury 2011, ss. 171–173). Den fjärde vågen av konsumentrörelser – etisk konsumtion, tar vi fasta på i uppsatsens analysdel då bloggarna vi studerat diskuterar kring och informerar om just etisk konsumtion.

## 5.2 Den alternativa konsumenten – etisk konsumtion

I den första upplagan av boken *The Unmanageable Consumer* (1995), benämnde Gabriel och Lang den fjärde vågen av konsumentrörelse för alternativ konsumism och syftar på att det som brukar benämnas som gröna vågen, blev vanligt. I andra versionen av boken med samma titel, menar de att denna alternativa konsumism har utvecklats till att bli än mer progressiv och man kan nu se en dimension där konsumenter föredrar och förespråkar etiskt framtagna produkter – etisk konsumtion (Gabriel & Lang 2006). Micheletti och Follesdal (2007) menar att man kan se en viss typ av konsumtions- och konsumentpraktiker som politisk aktivism och att den förekommer då konsumenter medvetet försöker uppfylla sina önskemål om att ändra på till exempel marknaden (2007 s. 168). Konsumenters val kan vara ett sätt att försöka förbättra den globala välfärden. Enligt Micheletti och Follesdal (2007) är forskare inom samhällsvetenskap och humaniora, överens om att utvecklingen kring politisk konsumtion beror på globalisering och individualisering (ibid., s. 168). Gabriel och Langs (2006) tes är att framväxten av denna politiska aktivism beror på att den europeiska konsumenten har fått det gott ställt och har råd att tänka på frågor som till exempel var och hur hans kaffe är producerat (Gabriel & Lang 2006, ss. 166–168). Micheletti och Follesdal (2007) för samma resonemang och menar att etisk och politisk konsumtion är en plånboksbaserad och kunskapsintensiv aktivitet, politisk shopping kräver finansiella och informativa resurser (Micheletti & Follesdal 2007, ss. 168–170). Men Michelettis och Follesdals (2007) studier visar även att marknadens utbud kan skapa intresse för politisk konsumtion. Medvetna konsumenter har svårt att blunda för under vilka förhållanden en produkt är framställd, både vad gäller arbetsförhållanden och miljö (Gabriel & Lang 2006, s. 166–168). Kriterier som den medvetne konsumenten använder inför val av varor och gradering av olika produktsorter är: miljöpåverkan, hur eventuella djur har behandlats i samband med produktframställningen, hur människor påverkats i densamma och vilka eventuella framtida politiska påverkningar ett köp av en viss produkt kan tänkas leda till. Dessa kriterier har växt sig allt starkare sedan 1990-talet (ibid.). Etisk konsumism – eller den gröna vågen, har engagerat folk på motsatta politiska sidor men trots ökad medvetenhet på både individuell och politisk nivå, menar Gabriel och Lang (2006) att vi står inför en svår utmaning idag; att verkställa en förändring i praktiken gällande miljöutveckling innebär förändring av det kapitalistiska systemet:

*.../ Western capitalist(s) .../ are, .../ redoubling efforts to encourage consumers to consume more to maintain economic activity and continue to pursue narrowly defined progress, while at the same time beginning to focus on the urgent need to tackle climate change as though this has nothing to do with consumerism.*

*Gabriel & Lang 2006, s. 24*

Västvärlden bör alltså, enligt Gabriel och Lang (2006), agera och koppla ihop konsumtion med klimatförändring istället för att uppträda som om de är två vitt skilda fenomen. Att bli en medveten konsument och försöka inspirera andra konsumenter kan vara ett steg på vägen. Ur detta perspektiv ställs ett ansvar på individnivå och vi tillför därför perspektivet om etisk konsumtion på vår studie av miljöbloggar. Vi kan då studera hur bloggarna, ur en subjektiv synvinkel, delar information om att ändra sitt sätt att tänka runt konsumtion och sina vanor, om bland annat mat, i syfte att en hållbar utveckling ska bli verklighet. Lury (2011) har liknande ståndpunkter angående etisk konsumtion och konsumentval (Lury 2011, s. 166–167). I det nyliberala samhället ställs vi inför möjligheter att välja, valet är konsumentens eviga följeslagare på både gott och ont. Lury (2011) undrar om det är vår plikt att konsumera etiskt och i så fall om det är konsumentens ansvar att konsumera etiskt. Möjligtvis skulle marknaden kunna organiseras på ett sätt som underlättar för konsumenterna att göra ansvarsfulla val (ibid.). Dessa frågor öppnar upp för nya perspektiv att se på oss vårt eget ansvar som konsumenter och detta gör att vi kan synliggöra våra bloggares kamp för minskad konsumtion och mer medvetna val för en hållbar utveckling.

### 5.3 Det sociokulturella perspektivet

Att se på sociala medier som forum för kollaborativt skapad kunskap motiverar en teoretisk utgångspunkt i det sociokulturella perspektivet och har använts i forskning inom biblioteks- och informationsvetenskap (Kjellberg 2009; Limberg & Sundin 2009; Rivano Eckerdal 2012). Forskare som studerar vetenskap och media har under senare år fokuserat på relationen mellan vetenskap och samhälle med ett sociokulturellt perspektiv, menar Kjellberg (2009, s. 47). Detta perspektiv åsyftar på att människor lär och utvecklas i sociala sammanhang tillsammans med fysiska och intellektuella redskap (Säljö 2014). Kjellberg (2009) skriver i sin avhandling att hon utgår från att "bloggar är situerade i ett särskilt sammanhang" och att människor tillsammans skapar kunskap med tekniska verktyg (Kjellberg 2010, s. 50). I vår studie är bloggar det tekniska redskapet, samt vårt främsta intellektuella verktyg vilket används vid kommunikation – språket (Säljö 2014, s. 82). Ett användande av sociala medier kan ses som en sociokulturell praktik och ett deltagande på sociala medier är en form av deltagande i kulturella aktiviteter. Säljö (2014) menar att människan lär sig nya saker genom medverkande i praktiska och kommunikativa samspel. Samspelet resulterar i en utveckling vilken används som resurser för att förstå och kommunicera i kommande sammanhang (Säljö 2014, s. 105). På detta sätt är människan förenad med sin omgivning, sin föreställningsvärld och dess sociala praktiker vilket motiverar att analysera material från bloggar ur ett sociokulturellt perspektiv (ibid., s. 106).

### 5.3.1 Centrala sociokulturella begrepp

Ett centralt begrepp i den sociokulturella teorin är *mediering* vilket innebär att vårt sätt att tänka, hantera och uppfatta omvärlden är färgad av rådande kultur och intellektuella och fysiska redskap. Med hjälp av verktygen *medieras* verkligheten för oss. (Säljö 2000, s. 81).

Idéen om mediering av sociala handlingar är ett av de grundläggande antagandena inom ramen för ett sociokulturellt perspektiv. Begreppet är nära knutet till föreställningen om att människan, till skillnad från andra varelser, är en redskapsanvändande och redskapsutvecklande varelse.

*Säljö 2005a, s. 118*

Det sociokulturella perspektivet betonar språket som ett medierande verktyg för inläring och kunskapen ses ur det här perspektivet finnas mellan människor. Språket ses som broar mellan människor och inom människan. Språket är vårt främsta uttrycks- och kommunikationsmedel med vilket vi diskuterar, förmedlar och tillgängliggör våra tankar och känslor exempelvis på sociala medier. (Säljö 2005b, s. 119).

*Appropriering* är ett annat centralt begrepp i det sociokulturella perspektivet. Det innebär att vi ständigt har möjlighet att ta till oss mer kunskap från andra människor och att vi därför hela tiden utvecklar, förändrar och omstrukturerar våra egna kunskaper. Vi approprierar nya kunskaper med hjälp och stöd av de vi redan har. Denna pågående lärandeprocess beskrivs som den *proximala utvecklingszonen*, enklare förklarar som avståndet mellan det vi inte klarar på egen hand och det vi klarar med hjälp av medmänniskor. (Säljö 2000, s. 119–120).

### 5.3.2 Källkritik och informationskompetens ur ett sociokulturellt perspektiv

Säljö (2005b) skriver om hur läsandet som aktivitet har förändrats i och med mediernas utveckling från att ha varit koncentrerad till den på papper tryckta texten till att innefatta multimediala färdigheter vilka utvecklats i samband med de tekniska verktygens framfart. Läsande är numera ett sätt att förhålla sig till världen, jämfört med tiden före den digitala revolutionen då man talade om läsande som en avgränsad färdighet. (Säljö 2005b, s. 221–222).

Förmågan att kunna använda och kritiskt förhålla sig till olika slags medier på många olika slags nivåer, kallas för digital kompetens (*digital literacy*) (Bawden & Robinson 2012, s. 288). Kvaliteter inom denna kompetens är bland annat informationssökning, att kunna avgöra vilken information man kan lita på samt att sätta in den i sitt eget sammanhang (Säljö 2005b, s. 221). Informationskompetens kan studeras utifrån olika teoretiska perspektiv, och enligt Francke och Gärdén (2013) är informationskompetens för sociokulturellt inriktade forskare ofta något som får mening inom ramen för en specifik praktik (Francke & Gärdén 2013, s. 155). Inom det sociokulturella synsättet behöver man inte behärska informationskompetens inom alla praktiker, därför talar man om informationskompetenser i plural. Informationskompetens finns alltså inte i sig själv utan den formas alltid i ett sammanhang där den är meningsfull. Att vara informationskompetent sett ur ett sociokulturellt synsätt betyder att man i samspel med andra människor, genom

kulturella redskap, lär sig den kommunikativa praktik i vilken man deltar (Francke & Gärdén 2013, s. 155). Att delta i en blogg är ett exempel på att ta del av en sociokulturell praktik där ett källkritiskt förhållningssätt är viktigt.

Limberg, Sundin och Talja (2011) har studerat informationskompetens sett ur olika teoretiska perspektiv, bland annat ur det sociokulturella perspektivet, i syfte att undersöka hur informationskompetenser utvecklas och appliceras i lärandepraktiker (Limberg, Sundin & Talja 2011, s. 119). De menar att människors användande av information inte kan separeras från de verktyg vilka används i informationspraktiker såväl som i sociala praktiker. Det sociokulturella perspektivet betonar de materiella aspekterna av digital information (ibid., s. 95, 105). Dessa aspekter innehåller bland annat digital utrustning och språket vi använder i samband med social interaktion. “/.../ information literacy is embedded in and shaped by as well as shaping the context in which it is embedded” (ibid., s. 93). Informationskompetens är alltså kontextbaserad och beroende av sitt sammanhang.

#### 5.4 Teoretiska perspektiv applicerat på vår studie

De bloggar som är studieobjekt i vår uppsats har studerats och analyserats ur sociokulturellt perspektiv och utifrån konsumentteori med fokus på etisk konsumtion.

Sammanfattningsvis handlar teorierna som vår studie är grundade i, om hur människor tar till sig kunskap och om människors sätt att konsumera och aktivera sig emot konsumtion i vår västerländska kultur. Kombinationen mellan de två teorierna gör att vi kan analysera vårt empiriska material, som tillsammans med den interaktion och kommunikation som pågår mellan människor skapar en läroprocess för inblandade parter.

## 6 Metod

I följande avsnitt redogör vi för de val av metoder som applicerats på uppsatsen och de ställningstagande vi gjort gällande urval och etiska aspekter. Vi redogör också hur vi gått tillväga för att samla in material till studien.

### 6.1 Trovärdighet – transparens

För att studiens resultat ska anses så trovärdigt som möjligt, eftersträvas transparens. Transparens innebär att forskningsprocessen redovisas för att den ska kunna granskas kritiskt (Ahrne & Svensson 2011, s. 27). Därför redovisas i metoddelen hur vi gått tillväga för att göra urval av bloggar och informanter för materialinsamling och hur materialinsamling och analys av resultat gått till.

### 6.2 Tre metoder i explorativ ansats

För att kunna granska material från bloggar och för att kunna utforska hur information cirkulerar i en deltagarkultur gör vi en etnografisk studie och använder oss av tre kvalitativa metoder; observation, textanalys och intervjuer. Etnografiska studier innebär oftast att en mångfald av metoder används. Forskaren anpassar studiet efter de situationer som uppkommer, en metod som går under namnet *bricolage*, för att kunna studera och tolka en kultur eller ett fenomen utifrån dess egna villkor (Kozinets 2011, s. 89–90). Sociala medier är ett komplext område och det kan därför vara givande att belysa fenomenet utifrån flera metoder. Philip Lalander (2011) menar att etnografi innebär att inta “den andras utikispunkt” och med observationer, intervjuer och fältstudier kan forskaren skapa sig en förståelse utifrån andras perspektiv (Lalander 2011, s. 83). Eftersom vi studerar ett samhällsfenomen som är under ständig förändring antar vi arbetet med en explorativ ansats. Detta innebär att vi under arbetets gång haft ett medvetet förhållningssätt till att uppsatsens syfte och forskningsfrågor modifierats kontinuerligt.

### 6.3 Metodbeskrivning

#### 6.3.1 Observationer

I *Netnografi – etnografiska undersökningar på nätet* (Kozinets 2011) redogörs ingående hur nätgemenskaper av olika format kan studeras och förstås ur ett etnografiskt perspektiv och vad det innebär att observera ett specifikt digitalt sammanhang. Robert Kozinets bok är central för vår metod, vad det medför att

studera digitala kulturer. Han redogör för hur den datorstödda kommunikationen kan tolkas och hur empiriskt material samlas in, struktureras och organiseras, för att sedermera kunna analyseras.

Våra observationer är baserade på netnografisk metod (Kozinets 2011, s. 63). Netnografi är en metod som lämpar sig för studiet av digitala nätgemenskaper. Det är en etnografisk metod som tagits fram för att tolka och förstå den nätbaserade sociala interaktionen i sociala medier och andra nätgemenskaper. Netnografi är ett sätt att försöka förstå de uttryck, handlingar och konsekvenser som digitala kulturer ger upphov till (ibid., s. 37). I praktiken innebär det att forskaren presenterar sitt syfte på de nätforum som studeras, att forskaren är synlig och aktivt medverkar i nätgemenskapen genom att ställa frågor och kommentera inlägg. Tidsramen för materialinsamlingen tillåter inte att vi utövar regelrätt netnografi, vi har enbart gjort observationer och studerat det befintliga material som fanns att tillgå på bloggarna. Då vår studie är relativt liten anser vi att materialet ändå är tillräckligt omfattande för analys. Vi arbetade delvis efter Kozinets bok (2011) och tillämpade hans råd på hanteringen av vårt digitala material. Med digitalt material menas bloggarnas innehåll; inlägg och kommentarsfält; arkivdata, vilket innebär historiska händelser på forumet; sparade kommentarsfält och diskussionstrådar samt egna fältanteckningar, observationer och reflektioner över den datorstödda kommunikationen (Kozinets 2011, s. 138–139). Den begränsade tidsramen medförde att “det aktiva och synliga deltagande” som Kozinets förespråkar inte har efterföljts till fullo (ibid., s. 136). Vi studerade våra utvalda bloggar genom dolda observationer, utan att medverka och utan att skapa aktivitet. Dolda observationer kan i en offentlig miljö, som bloggar får betraktats som, underlätta för forskaren som då inte måste basunera ut sitt syfte var gång en ny aktör infinner sig (Lalander 2011, s. 89). Material från de utvalda bloggarna samlades in kontinuerligt under en fyraveckorsperiod under februari och mars 2015.

Netnografisk analys av kvalitativ data är induktiv, menar Kozinets (2011) vilket innebär att forskaren efter logiskt resonerade anser sig kunna fälla ett allmänt omdöme kring de enskilda observationer som gjorts (Kozinets 2011, s. 163–164). Alvesson och Sköldberg (2008) skriver att: “induktiv data betonar starkt data – mängd, kvalitet, procedur” (Alvesson & Sköldberg 2008, s. 178). Ur analysperspektiv innebär det att det empiriska arbetet värderas högre än texten, högre än teori och tolkning (ibid., ss. 178–180). Det etnografiska materialet kan dock påverka forskaren i textarbetet. Kritiker menar att metoden är av fiktiv karaktär och att det finns tendenser att försköna eller utelämnas fakta för en bra berättelse (ibid., s. 182). Därav vårt val att även intervjua bloggare, eftersom det ger ett bredare perspektiv på bloggmaterialen då bloggarna kunde vidareutveckla sina motiv och sina erfarenheter.

### 6.3.2 Textanalys

Vårt intresse för studien ligger i det moderna samhället som kan kallas informationsåldern eller det senmoderna samhället och eftersom både talat och skrivet språk är uttrycksformer för tanke och handling (Bergström & Boréus 2012, s. 17), var det givet att studera bloggarna ur ett textanalytiskt perspektiv. Bloggarna läses av människor och texter som läses förväntas få konsekvenser för vad läsarna gör och tänker (ibid.), vilket motiverar våra analyser av texterna. För att kunna besvara våra forskningsfrågor, studerade vi bloggarnas texter med hjälp av *kvalitativ*



*innehållsanalys*. Med kvalitativ innehållsanalys utforskade vi bloggposternas innebörd – “Vad säger texten?” och hur talar texten till läsaren – “Frågande, vädjande befallande?” Kvalitativ innehållsanalys är användbart vid en större mängd material, vilket vår metod genererat, och kan vara en hjälp när man letar efter mönster och vill få förståelse för materialet (Boréus & Bergström 2012, s. 51). Med innehållsanalys sökte vi efter texternas manifesta inslag, vad som explicit stod att läsa på blogginläggen och undersökte vilka ämnen som får uppmärksamhet (ibid., s. 81). Genom att läsa materialet upprepade gånger kunde vi skönja ett mönster och precisera vad texterna formulerade och på vilket sätt detta kom till uttryck. Vi ville undersöka det som uttryckligen stod i texten och letade inte efter underliggande meningar eller budskap.

### 6.3.3 Intervjuer

För att förstå hur bloggarna förhåller sig till information, och hur de hanterar källor om mat ur ett hållbarhetsperspektiv borde ett visst antal bloggare få komma till tals. Vi utförde inte fullskalig netnografi men vi ville få en förståelse för hur den sociala interaktionen kan påverka utanför nätvärlden och hururvida den enskilda individen/bloggaren upplever en utveckling av hur information kommuniceras och hur de funderar kring källor. Kozinets (2011) menar att nätaktivitet inte är en enskild händelse utan en pågående process (Kozinets 2011, s. 159). Som exempel beskriver Kozinets (2011) hur hans forskning av kaffekultur på nätet har förändrat hans egna kaffevanor i den fysiska världen (ibid., s.159). Sociala medier upplyser och delar information som får effekter för den som studerar informationen (ibid.). Genom intervjuer kunde vi få förståelse för hur personen bakom en blogg tänker kring information, källor, länkningsar och interaktion med bloggens läsare och det gav oss större möjligheter att göra mer djupgående analyser av informationens vägar inom sociala medier. Det motiverar varför vi har intervjuer som metod.

Valet av intervjuteknik formar intervjuerna och vårt val var att göra strukturerade asynkroniserade e-postintervjuer (Kozinets 2011, s. 154). Digital teknik ger upphov till nya former av intervjutekniker och vid onlineintervjuer måste vi ta i beaktande att det kan påverka intervjusituationen (Eriksson-Zetterquist & Ahrne 2011, s. 41). Främst berodde vårt val av intervjuteknik på att samtliga utvalda informanter bodde på ett, för oss, stort utspritt geografiskt avstånd och vi såg ingen möjlighet att hinna med att besöka dem på plats. Videosamtal och chatt som intervjuteknik kändes svårt att iscensätta, dels beroende på att finna både en lokal och tid som skulle passa för en heltidsarbetande informant med familj. Dels på teknisk ovana och brist på tid från vårt håll. På så vis valde vi bort möjligheten att registrera flera olika tolkningsmöjligheter; med ett videosamtal, som är visuellt tillåtande, skulle tal och kroppsspråk kunna registreras, chatt är begränsade när det gäller att avläsa fysiska signaler men har en semi-synkroniserad funktion och liksom videosamtal skulle chatten tillåta samtal som pågår i någorlunda realtid. Språket är annorlunda på internet och vid intervjuer via e-post är det svårt att uttrycka sig så detaljerat som vid tal (Kvale & Brinkmann 2009, s. 165). Kommunikationen är ofta kortfattad och har en samtalston (Salmons 2012, s. 22).

E-postintervjuer kan emellertid upplevas som intimt då de kan pågå under en längre tid och det kan vara lättare att uttrycka sig i text än i tal (Kozinets 2011, s. 156). I övrigt har intervjuer online många likheter med intervju “face to face” som metod; de

kan vara strukturerade, semi-strukturerade, informella eller formella och de följer samma mall med öppningsfrågor, inledande och guidade frågor samt avslutning och uppföljning (Kozinets 2011, s. 153–154; Salmons 2012, s. 26).

Att utföra en online-intervju via e-post kräver tålamod från intervjuarens sida, det kan ta tid att få svar. Å andra sidan är de tillåtande i frågan om tid och plats, geografiska avstånd utgör inget hinder och vid asynkroniserade metoder, som e-post, kan informanten svara vid den tidpunkt det passar henne och det finns en möjlighet att fundera över frågorna vilket genererar kvalitativa svar (Salmons 2012, s. 23). Dagens digitala teknik underlättar för informanten att svara på e-post genom mobiltelefonen och kan alltså svara var hen än befinner sig. En annan fördel med textbaserade nätintervjuer är att de är självskrivna och går att använda för analys meddetsamma. När det är nätgemenskaper som studeras, det vill säga i form av etnografi på internet, är det en fördel att använda onlineintervju eftersom materialet utgörs av datorstödd kommunikation (Kvale & Brinkmann 2009, s. 165). Texterna vi studerat är texter anpassade för webben och vi såg fördelar med att vid intervjuerna använda samma medium.

## 6.4 Urval

De bloggar vi valt att studera bygger på sökkombinationen: “miljöblogg + hållbar + mat”. Vi utgick från vårt huvudsyfte, att undersöka information i ett specifikt sammanhang, och beslöt oss för att bloggarna skulle identifieras som miljöbloggar. Därav det första sökordet. Mat skulle ingå i söksträngen och för att avgränsa sökningen men ändå hålla oss inom en rimlig och närliggande ram blev ordet hållbar “den felande länken”. Vi testade kombinationen på två vanligt förekommande sökmotorer, *Google* och *Bing*. Åtta bloggar ansåg vi vara ett rimligt antal för vår undersökning och tidsramen vi hade till vårt förfogande. De åtta främsta bloggarna från resultatlistorna som uppfyllde våra kriterier på studieobjekt, valdes ut. Kriterierna som vi utformat är baserade på Kozinets (2011) och Bergs (2011) rekommendationer och lyder som följer (Kozinets 2011, s. 127; Berg 2011, s. 126): (1) bloggarnas ämnesområde skulle vara relevanta för våra forskningsfrågor; (2) bloggarna skulle vara riktade till privatpersoner och inte drivas som företag i första hand. De bloggar som var registrerade som enskilda företag har vi tagit med då de drivs av personligt intresse; (3) bloggarna skulle ha arkiv som sträckte sig ett år tillbaka från datum 150202; (4) bloggarna skulle ha stabil aktivitet, vilket vi tyckte motsvarade ett blogginlägg i kvartalet; (5) bloggarna skulle tillåta kommentarsfält. Vi gjorde bedömningen att samtliga utvalda bloggar stämde in på våra kriterier.

Resultatet på vår sökkombination skilde sig åt en aning på de två sökmotorerna. De bloggar som förekom på båda listorna (fem stycken) valde vi att granska i första hand. Resterande tre på vardera lista (sex stycken) utsåg vi till perifera studieobjekt och de studerades inte lika ingående. Vi testade även sökkombinationen mot bloggsökmotorerna: *Bloggportalen*, *Twingly* och *Knuff*. Dessa sökningar resulterade i inga eller ett fåtal träffar med enbart för oss okända bloggar, eller företagsbloggar som vi tidigare valt bort. Vi gjorde även en sökning på “årets + miljöblogg” på *Bing* och *Google* och jämförde träfflistorna. Årets miljöblogg är ett pris Sveriges bästa gröna bloggar som startade 2010 och är Sveriges största bloggtävling inom miljöområdet (En lagom dos grönt 2013). På så vis ville vi fastställa om våra utvalda

studieobjekt var framträdande bloggar med en viss synlighet på nätet. Av våra fem utvalda huvudobjekt förekom tre respektive fyra av dem bland de åtta främsta bloggarna som visades på listan över årets miljöbloggar. Det ansåg vi vara en fingervisning på bloggarnas trovärdighet, aktivitet och fortgående existens och att de därmed skulle komma att fungera för vårt syfte. Sammantaget har vi utforskat 11 bloggar, med fokus på de fem mest dominerande bloggarna i våra sökkombinationer.

Urvalet av informanter baseras på våra fem huvudobjekt, det vill säga de fem bloggar som vi studerat mer ingående. Genom att få bloggarnas personliga svar på våra intervjufrågor, får vi möjligheten att förstå de utvalda bloggarna på en högre nivå. Av fem tillfrågade bloggare tackade fyra ja till att medverka. En av de fyra bloggarna uteblev med svar på två tredjedelar av intervjun vilket resulterade i tre fullbordade intervjuer och en halvfärdig.

## 6.5 Materialinsamlingen

För att kunna få en överblick över insamlat material samlade vi citat från bloggarna i kalkylblad. Vi skapade en katalog över det insamlade materialet vilket gjorde det överskådligt. Varje blogg fick varsitt blad, totalt elva olika. I kalkylbladens celler kopierade vi in de för studien intressanta bloggposternas mest centrala argument och diskussioner, det vill säga de inlägg eller poster som handlade om samband mellan mat och miljöproblem, intressanta kommentarer från bloggarnas läsare, bloggarnas URL, posternas permalänkar och texternas källor med permalänkar. Därtill gjorde vi egna anteckningar och reflektioner både direkt i kalkylbladet och på papper bredvid. För att hitta allt av relevans för oss, studerade vi bloggarna noggrant. Detta var tidskrävande men gav oss mycket i fråga om att lära känna bloggarna och deras upphovsmän. Vi fördelade bloggarna rättvist emellan oss med huvudansvar på insamling av poster. Därefter tog vi del av alla gemensamma bloggarnas poster. Antal insamlade poster per blogg varierade mycket, från endast fem stycken på en blogg till 52 stycken på en annan. Variationen beror på att en av bloggarna fokuserar främst på miljöteknik. Mat som miljöproblem nämndes enbart vid ett fåtal tillfällen i denna blogg medan matintresset var mycket större i bloggen som genererade mest material.

Enligt Nigel Hunt och Sue McHales (2007) guide över hur man går tillväga med e-postintervjuer (Hunt & McHales 2007, s. 1418), så ska intervjufrågorna sändas till informanten i delar för att en "face to face"-intervju i största möjligaste mån ska eftersträvas. Uppdelningen gav oss möjligheten att modifiera frågorna i efterhand och vi kunde därmed få mer uttömliga svar. Därför sände vi intervjufrågorna till informanterna uppdelade i tre delar, med varsin ämnesrubrik. När informanten svarat på första delen av frågorna kunde frågorna i följande del modifieras med följdfrågor innan den sändes iväg. Att intervjuer som sker online kan vara mycket tids- och tålmodskrävande fick vi erfara, och det var emellanåt prövande att vänta på svar. Efter en veckas väntan på svar på första frågedelen fick vi skicka ett påminnelsemail till två av informanterna vilket gav resultat. Dock var en fördel med e-postintervjuerna att vi kunde sköta flera stycken kommunikationer samtidigt.

## 6.6. Etiska aspekter

Publikationer på nätet är inte skrivna för analys och att använda information från en blogg kan innebära att man inkräktar på den personliga integriteten. Kozinets (2011) uppmanar nätforskaren att vara uppdaterad med de etiska begrepp som ackompanjerar internetforskning, området är komplext och det finns ingen bestämd standard att förhålla sig till (Kozinets 2011, ss. 188–191). Det är svårt att avgöra vem som äger rätten till informationen på en blogg. Att erhålla informerat samtycke i en nätgemenskap är även det komplicerat (ibid., s. 195–196). När vi använder oss av material hämtat från nätet måste vi beakta upphovsrätten, värna om den enskilda individen, ha klart för oss vad som är privat eller officiellt i gruppgemenskaperna, för att nämna ett par problemfrågor. Dessutom är sociala medier i ständig föränderlig rörelse och insamlat material kanske senare inte längre kan härledas till en person eller en blogg (Berg 2011, s. 129).

*Association of Internet Researchers (AOIR)* är en organisation som tagit fram etiska riktlinjer att förhålla sig till vid kritiska och vetenskapliga studier av internet. Vi har använt oss av deras rekommendationer under vår arbetsprocess. De nämner bland annat att all information på nätet involverar människor i någon mån och det bör därmed finnas ett mått av ansvar att ta hänsyn till. Publicerad text ska inte ses som allmängods och forskaren bör ha med sig att information inte är tänkt för spridning i stor omfattning. (Markham & Buchanan 2012, s. 6–7).

Vad gäller etiska frågor vid materialinsamling via intervjuer så nämns informanterna inte vid namn, men bloggarnas namn framkommer i uppsatsen. Enskilda citat från intervjuerna kopplas inte samman med bloggnamn. Det var också viktigt att tydliggöra för deltagarna för vad och hur deras utsagor skulle komma att användas och att de när som helst kunde välja att avsluta sin medverkan, något vi klargjorde vid vår förfrågan. Framförallt kan etiska problem vid intervjubaserad forskning uppstå när det privata i informanternas berättelser krockar med redogörelserna på den offentliga arenan. Etiska beaktanden har funnits med redan från början och har sedan följt med i hela arbetsprocessen (Kvale & Brinkmann 2009, s. 78–80). Till syvende och sist är det forskarens roll att ansvara för god etisk praktik (ibid., s. 92).

## 6.7 Analys av empiriskt material

I datorstödd kommunikation förloras det man kan uppfatta vid exempelvis en “face to face”-intervju. Språkbetoningar, miljö, kön och ålder kan vara svårt att fastställa på nätet, men vi kan tyda andra symboliska uttryck om vi studerar datamiljö som en social värld där identitet inte är avgörande (Kozinets 2011, s. 181–182). Denna inställning möjliggjorde fördjupad tolkning av vårt nätmaterial, därav vikten av att vi är insatta i de sociala sammanhang vi studerar.

För att kunna analysera vårt empiriska nätmaterial, gjorde vi först en manuell sortering av alla våra utskrivna blogginlägg, drygt 100 stycken. Vi gick igenom alla posterna tillsammans och gjorde en innehållslig textanalys baserat på vad bloggposterna övergripande mening sade. Vid läsningen av bloggposterna kunde vi urskilja övergripande teman, totalt åtta stycken med underrubriker. Underrubrikerna varierade i antal från två till sju stycken per tema. Många av bloggposterna

diskuterade flertalet områden och det var emellanåt svårt att kategorisera dem. Vi placerade dem därför i det tema som de huvudsakligen berörde men markerade vilka andra teman de också kunde placeras inom. Därefter gick vi igenom alla bloggposter igen för att upptäcka mönster i materialet. Vi diskuterade de poster vi fann intressanta och relevanta att analysera utifrån uppsatsens syfte och som skulle kunna hjälpa oss att besvara forskningsfrågorna. Ett mindre antal poster kom att sorteras bort genom denna process då dessa inte berörde mat i samband med miljörelaterade frågor i tillräcklig utsträckning.

Intervjumaterialet var färdigt att analysera efterhand som vi fick in svaren. Frågorna hade vi delat upp och sänt till informanterna i tre delar. Uppdelningen syftade till att få en mer nyanserad bild av bloggarens åsikt i frågor om bloggen, om interaktion och om källor. Uppdelningen underlättade även det analytiska arbetet och i resultat- och analysdelen har vi i stort sett bevarat denna fördelning.

## 6.8 Sociala nätverk

En teori som kan ses som ett redskap att förstå sociala mediers och bloggarens betydelse för bildandet av kommunikationsnätverk människor emellan, är teorin om sociala nätverk (Walker Rettberg 2014, s. 66). Teorin, vilken kan benämnas *weak ties* (vår översättning: svaga band), utgår från studier om hur idéer sprider sig i samhället och innebär att svaga band mellan människor i ett socialt nätverk har större betydelse än starka band vad rör informationsspridning. Svaga band mellan människor innebär, enligt Walker Rettberg (2014), att kommunikation och ny information lättare sprids eftersom de personer som står utanför ens närmaste bekantskapskrets kan ha mer att tillföra ur ett nyhetsperspektiv (Walker Rettberg 2014, s. 66).

Teorin om sociala nätverk kan fungera stärkande för hur vi studerar våra utvalda bloggar, då den används som ett verktyg att se mönster i dessa. Länkning och social interaktion mellan bloggar är en väsentlig del av vad det innebär att blogga och är betydande för att bli sedd och läst (Haider 2014). I förlängningen kan man komma i kontakt med nya människor med nya infallsvinklar. Walker Rettberg (2014) menar att starka band mellan bloggare (A och B) som skriver om samma eller liknande ämnesområde kan innebära att bloggarna behandlar ungefär samma saker, till exempel aktuella samhällsproblem eller debatter och att inga nyheter kommer in. Medan den blogg (C) med svaga länkar till liknande bloggar (A och B) utgör den mest värdefulla knutpunkten vad gäller att få in ny information i det sociala nätverk som bloggarna tillhör. Dessa nyheter tillförs av bloggaren (C) från andra kontakter med andra grupper av människor (Walker Rettberg, 2014, s. 68).

I de blogginlägg vi studerat utmärktes ett par tydliga exempel på hur svaga band kan verka stärkande. Vi kunde i kommentarsfältet mellan obekanta människor följa hur de tillsammans bidrar till en ny kunskap, vi tar upp exempel på detta under nästa avsnitt.

## 7 Resultat och analys

I det här avsnittet kommer vi att visa på intressant material från bloggarna och analysera detta mot våra teorier och tidigare forskning. Det finns en medvetenhet om att våra egna åsikter i frågor om miljö- och samhällsproblem samt vårt kulturella sammanhang kan färga tolkningar av bloggarnas texter och därmed avspeglas i uppsatsen.

Vi benämner bloggarna med bokstäverna A–K när vi skriver om dem i löpande text, detta för att undvika att peka ut personerna bakom respektive blogg. När ett blogginlägg citeras används bloggans namn som källa. Detta eftersom blogginlägg är offentlig publikation på nätet och kan betraktas som en artikel. Däremot har citat från informanternas utsagor i intervjuerna anonymiserats och tilldelats ojämna nummer mellan 1–7. Alla citat, både från bloggarna och e-postintervjuerna, återges med sin ursprungliga stavning.

För att möjliggöra en analys av det empiriska materialet gör vi, efter genomläsning, en kategorisering av samtliga blogginlägg. De fördelas inom det tema vi bedömer är mest framträdande i innehållet. Efter sortering och reducering av materialet är det tydligt att följande teman dominerar: konsumtion, produktion, kött och hållbar livsstil. Matsvinn och miljökampanj tillhör också en större temagrupp medan kategorierna fisk och ekorörelser inte är så vanligt förekommande. Ett par teman innefattar endast en eller ett fåtal poster, något vi tar upp i diskussionsavsnittet. Flera inlägg överlappar varandras område och är svåra att kategorisera. Det beror delvis på att det huvudsakligen rör sig om personliga bloggar där tankar och egna erfarenheter samsas med utrymme om saklig fakta. Bloggen representerar en person och en vardag med alla de komplexa inslag det innebär och inläggen är därefter, flera olika teman behandlas i samma andemening. För att underlätta en analys är det självklart att organisera inläggen för att överhuvudtaget kunna tyda ett mönster och avgöra vilka som är de mest förekommande ämnena. Med det sagt kan vi konstatera att med ett bredare perspektiv kan samtliga inlägg emellertid kopplas samman med konsumtion och produktion.

Vår tolkning av bloggarna är att de, i de allra flesta fall, i varierande grad består av diskussion och frågor kring livsstil, etisk konsumtion, uppmaningar och en vilja att lära ut sina kunskaper. De etiska frågorna är främst kopplade till konsumtionsval – köpa eller inte köpa, kött eller inte kött, ekologiskt eller inte konventionellt odlat, närodlat eller ej och så vidare. Ofta levereras de etiska aspekterna i uppmaningar om att tänka över sina val och vi ser dem tätt sammankopplade med viljan att dela information för att lära ut hur man ska göra i olika situationer för att vara så snäll mot miljön (och människa och plånbok) som möjligt. Uppmaningarna ser vi ur ett

sociokulturellt perspektiv där bloggarna använder intellektuella och digitala verktyg för att förmedla sina kunskaper och idéer till sin omvärld.

## 7.1 Att blogga

Det första som vi urskiljer när vi påbörjar analysen av vårt empiriska material är att samtliga bloggar, med ett undantag, kan sättas in i kategorin personliga bloggar. Med ett mer eller mindre starkt miljöengagemang utgörs blogginläggen av personliga berättelser, de innefattar exempelvis konsumentomdömen, fakta eller tips på miljövänliga åtagande baserade på egna erfarenheter. Bloggarna väljer att informera om miljöfrågor från nyhetsartiklar, andras blogginlägg, aktuella debatter, information från andra nätsajter och aktuell forskning som grundar sig på miljöproblem i någon grad. De diskuterar val som kan göra skillnad, de uppmuntrar till förändring och ifrågasätter sina egna och andras beslut rörande vissa produkter eller tjänster. Ur ett tolkningsperspektiv försöker bloggarna besvara Giddens livspolitik-fråga: "Hur ska jag leva?" (1999, s. 253). De val man står inför innebär förändring i den egna vardagen. Ett exempel på detta är en bloggare som uttrycker att hen vill minska sin köttkonsumtion och införa en köttfri månad, vilket får konsekvenser för familjelivet. I detta fall betyder det att personen måste äta annan mat än övriga familjemedlemmar något som förutspås bli svårt. Bloggaren är ändå optimistisk och fortsätter: "Om det här experimentet fungerar bra under januari så kommer jag att fortsätta med köttfritt" (Ekolisa, 2014, 30 januari). Bloggarna rör sig på hemmaplan, all information som på olika sätt handlar om att leva ett mer hållbart liv, lokalt som globalt, appliceras på den egna familjen, hemmet, fritiden eller arbetet. Med andra ord, det subjektiva perspektivet dominerar i de bloggar vi studerar.

Den blogg som inte stämmer in på kategorin personlig blogg bedömer vi vara en ämnesblogg, en blogg som rör sig kring ett specifikt tema, miljö i detta fall, men inte skriver utifrån en personlig vinkel. Bloggen används främst som ett verktyg för att sprida och dela information om miljö genom att länka till sitt Twitterkonto i inläggen. Miljöfrågor i ett brett spektrum behandlas men det skrivs mycket lite om mat och bloggaren använder inte sin egen vardag som en språngbräda mot det som tagits upp i blogginlägget. Informationen består nästan enbart av en rubrik, eventuellt en kortare text, följt av aktuell länk med samband till rubriken. Ämnesbloggaren är en av våra informanter, men hela intervjun fullföljdes ej och vi har därför inte fått kompletta svar på resonemanget kring hur hen ställer sig till interaktion eller länkar. Syftet med bloggen har vi fått reda på:

Syftet och anledningen till att jag började blogga inom detta område var och är att sprida information om miljörelaterade frågor och skapa debatt ute i samhället och i förlängningen förbättra samhället. Jag ville uppmärksamma vad som händer inom miljöteknik, klimatförändringar, tips och idéer på olika sätt att bidra till att minska våra negativa avtryck på jorden.

*Bloggare 7, intervju del 1, 2015*

De övriga informanterna vilka representerar blogg B, blogg C och blogg D svarade alla med ungefär samma ordalag. De startade inte en miljöblogg utan den utvecklades till det efterhand. En ville skriva av sig i terapeutiskt syfte, en annan ville skriva om sitt arbete som konstnär och en tredje ville testa bloggformatet. Samtliga beskriver att

miljöfrågor är ett stort intresse och med bloggen ser de en möjlighet att påverka och nå ut med information. Att nå ut och bli läst är skälet till att de startade bloggen och anledningen till att de fortsätter. I en intervju beskrivs syftet på följande vis:

Jag drömde om självförsörjning /.../ och ha ett större utrymme för kreativitet i livet. Fokuset på miljö och trädgård växte sig starkare. Idag är syftet med bloggen främst att nå ut med opinion och inspiration i de frågorna, men fortfarande också att ge utlopp för min egen lust att skriva.

*Bloggare 5, intervju, del 1, 2015*

En kombination av egenintresse, engagemang och en möjlighet att både nå ut med miljöfrågor och få ventilerat sina tankar är bloggarnas utgångspunkt.

I tidigare nämnd forskning tas bloggarnas subjektiva perspektiv upp, det finns en förväntan på att bloggaren ska dela med sig av sitt privatliv till offentligheten och att den samtida nyliberalismen betonar individens eget ansvar för sin egen situation (t. ex. Gillberg 2014; Walker Rettberg 2008; Haider 2015). Gillberg (2014) menar att en personlig vinkling i syfte att beröra eller underhålla är ett nytt sätt att förmedla information (Gillberg 2014, s. 52). En informant uttrycker det så här:

Det passar bra att skriva om självupplevda erfarenheter i bloggen. När jag läser en personlig blogg förväntar jag mig att bloggarens egna åsikter är en viktig del av bloggen och när jag gillar eller ogillar en sak skriver jag gärna om det.

*Bloggare 3, intervju, 2015*

Trots det subjektiva perspektivet så tonas det individuella ansvaret, gällande miljöfrågor, ned av flera av bloggarna som menar att en positiv utveckling av klimat- och miljöfrågor främst beror på politiska beslut och en politisk vilja att våga genomföra förändringar. Två bloggare uppmanar sina läsare att tänka på det när de röstar i riksdagsvalet. En av dem kopplar samman konsumtion med att gå till val:

/.../Att handla är som att rösta. Röstar du på bra hälsa för dig som konsument, för arbetarna, ett drägligt liv för djuren, för bra miljö både i Sverige och längre bort? Eller röstar du på besprutning, gifter, barnarbete, djur som hålls under vidriga förhållanden och en förstörd miljö? Det som vi röstar på, det får vi!

*Ekolisa, 2013a, 21 maj*

/.../ Valet i höst är så viktigt. Jag önskar att alla som säger att de bryr sig och är oroliga för klimatförändringarnas konsekvenser tog det på allvar och röstar på partier som vågar ta modiga beslut, även om de får konsekvenser som skaver lite.

*Karins miljöblogg, 2014a, 7 augusti*

Haider (2015) har i sin forskning studerat miljöbloggarnas samhällsengagemang och menar att de, trots det individualistiska perspektivet, agerar utåt – de delar med sig av sina intressen och kunskaper och de gör det publikt (Haider 2015, s. 14). Ovanstående citat uppmanar till att rösta "rätt" och flera bloggar låter meddela att det inte är individen som bär huvudansvaret för miljöproblem utan att det är fråga om politisk vilja och motivation. Sedan måste alla dra sitt strå till stacken och bloggarna anser att de bidrar när de sprider information i ett ämne de är engagerade i.



/.../ Jag tror också att alla som skriver om och engagerar sig för hållbarhetsfrågor tillsammans bildar opinion och även om just min blogg har en mikroskopisk del av det så är det ändå en del. Man blir en del av något större, något som förhoppningsvis kan påverka.

*Bloggare 5, intervju, del 2, 2015*

Vi har tidigare diskuterat bloggans förmåga att eventuellt påverka läsarna. Bloggen har, med sina personliga inlägg som innehåller råd, tips och omdömen av varor och alternativa val, förmåga att påverka, menar Ritzer & Jurgenson (2010, s. 19), och det i ett sammanhang där läsaren själv kan bidra med egna erfarenheter.

En annan styrka med bloggen och dess möjlighet att påverka är att ett blogginlägg stannar kvar i bloggarkiven en längre tid och kan därmed återfinnas i sökmotorer (Walker Rettberg 2014, s. 73). I motsats till traditionella medier som arbetar efter en redaktionell riktlinje och därmed inte uppdateras när som helst på dygnet så kan bloggaren snabbt knyta an till och vidareutveckla en nyhet (ibid., s. 92). Dessutom är bloggarna ofta ämnesorienterade och kan tillföra mer i ett specifikt ämne än traditionella medier som ofta är präglade av partipolitisk sympatisering och har flera olika läsare att förhålla sig till (ibid.). Nya och traditionella medier närmar sig och präglas av varandra och gränsen mellan dem anses idag vara utsuddad på sina håll (Anderson 2014, s. 162). Snabbheten gynnar bloggar och idag bidrar allmänheten med bilder och kommentarer till nyhetsbevakning och information på bloggarna (Walker Rettberg 2014, s. 92). I kommentarfälten på bloggarna ser vi bra exempel på hur bloggarna och läsarna kan stärkas av de sociala nätverkens svaga band. De svaga banden representeras av de obekanta läsare som väljer att aktivt delta på bloggarna, och samtliga användare gynnas av den kollaborativt skapade kunskapen. Bloggarna existerar huvudsakligen på grund av de delar informationen av olika slag menar Walker Rettberg (2014, s. 67).

Vid ett tillfälle, angående ett inlägg om havremjolk, undrar en läsare i kommentarsfältet varför den ekologiska havremjölken inte innehåller kalcium när den vanliga havremjölken gör det. Snabbt svarar Karins miljöblogg på denna fundering: "/.../ tyvärr måste du välja mellan KRAV-märkt eller berikad havredryck, eftersom den berikade inte får kallas ekologisk." (2014b, 16 december). Hen utvecklar resonemanget med ett citat från producentens hemsida: "Vi skulle gärna vilja berika Ekologisk Havredryck med vitaminer och kalcium. Men det får vi inte göra om vi vill kalla den för ekologisk. Det är bara mjölkproducenter som har tillstånd att göra så." (Karins miljöblogg, 2014b, 16 december). Vid en direkt fråga från en läsare tar bloggaren reda på hur det förhåller sig och kan snabbt ge ett uttömligt svar.

Ur ett sociokulturellt perspektiv kan vi i flera av ovanstående citat förstå att det finns en idé om en gemensam läroprocess på bloggen. I ovanstående kommunikation om havremjolk praktiseras en läroprocess mellan deltagarna. Om fler människor delar med sig av kunskap kan kunskapen utvecklas och förstås även i kommande sociala sammanhang. Bloggen är ett redskap med vilken människor tillsammans kan effektivisera och utveckla kunskap, och kunskapen kommuniceras med hjälp av texten, det vill säga språket.

## 7.2 Bloggarnas huvudsakliga teman

Majoriteten av bloggarna utgår från ett personligt perspektiv, de filosoferar över sin livsstil, redogör för sina erfarenheter, goda och dåliga, efter val som görs för att leva ett mer hållbart liv. De diskuterar varför köttkonsumtionen ökar i Sverige, gratulerar svenskarna till att försäljningen av ekologiska livsmedel ökar. Vidare tipsar de om hur man kan ta vara på överbliven mat, hur man kan minska sitt matavfall och hur man kan undvika miljögifter. De ger handfasta tips på hur man kan odla själv, på sin balkong, i sin trädgård eller på en odlingslott i staden. De beskriver vad de producerar (odlar), vad som fungerar bra eller mindre bra och sedermera vad de gör av skörden. Ur detta perspektiv, med de grundläggande och detaljerande beskrivningarna av vad individen själv kan utföra, producera och göra för att på olika sätt medverka till så bra konsumtionsval som möjligt, är ett sätt att vara en aktiv prosumant. De vill sprida information till andra, information som grundar sig på ett eget intresse men som kan utvecklas med hjälp av medmänniskor och i förlängningen bidra till fler medvetna konsumenter som efterfrågar val som kan bidra till en mer rättvis produktion som inte slösar på jordens resurser. På bloggarna finns den ekologiska ambitionen med som en självklarhet hela tiden, det ligger i bloggarnas undermening att leva på egenodlade grönsaker, handla ekologisk mat och att ta tillvara på matrester. Nedan följer ett par exempel på tips om vad man kan göra av överbliven gammal mat:

Och här kommer dagens husmorstips på temat Sluta Kasta Maten: Har du bruna trötta bananer som ingen vill äta? Skala, bryt i bitar och lägg i frysen. Bitarna funkar fint att ta fram en näve till smoothies och kakor. De är dessutom i sin bästa form för det när de är mogna och söta. Ibland säljer butikerna bruna bananer billigt. Varför inte förbarma sig över dem - de kommer obönhörligen att åka i soporna annars.

*Karins miljöblogg, 2013, 5 maj*

Att använda överblivna räkskal till att göra egen räkbuljong är verkligen världens enklaste. Bara frys in dom efter skalning och använd när det är dags att koka soppa eller något annat gott. Att försöka använda livsmedlen så mycket som det går är också ett smart sätt att minska matsvinnet eller snarare att minska på onödig produktion /.../.

*Mellan skog och gård, 2014a, 20 juli*

Oftast skriver bloggaren på sin Om-sida vad bloggen handlar om, varför hen väljer att leva på ett visst sätt och varför hen är intresserad av miljöfrågor. På Om-sidan beskrivs kortfattat problem som klimathotet eller åsikter kring politiska frågor som en bakgrund till varför hen driver en miljöblogg. Vi hade till en början förväntat oss mer utvecklade argument i själva blogginläggen angående politiska frågor, detta återkommer vi till i diskussionsavsnittet. I blogginläggen beskrivs vad bloggaren gör i vardagen. Innan man lärt känna bloggen och dess författare så kan man få uppfattningen att bloggarna mest skriver om sin livsstil och att de ekologiska valen inte diskuteras. Men det finns öppningar som visar på bakgrunden till varför man väljer att handla ekologiska produkter. Oftast förekommer dessa inlägg vid aktuella samhällsdebatter, som exempelvis då forskare från Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) förra året lanserade sin bok *Ekologisk odling – vägen till svält* (Kirchmann, Bergström, Kätterer, Andersson 2014a). Bokens författare ifrågasätter den ekologiska odlingen som klimatsmart och miljömässigt överlägsen och menar att "ett vetenskapsbaserat jordbruk utan ideologiska förtecken är vägen framåt." (Kirchmann

et al. 2014b). Boken väcker debatt och reaktioner på SLU-forskarnas ståndpunkter återkommer i flera av våra bloggar:

*./.../ Lite spontant frågar jag mig också om det inte finns rimligare saker att göra för Sveriges och världens livsmedelsförsörjning än att envist hålla fast vid ett konventionellt kemikaliejordbruk med rester av bekämpningsmedel i mat, minskad biologisk mångfald, fosforbrytning i gruvor, vattenbrist osv? Tex sluta slänga en tredjedel av maten vi producerar? Tex minska köttkonsumtionen och slippa använda 50 % (70 % i Sverige) av odlingsarealen till foderproduktion? ./.../ Vill du bli påmind om argumenten för ekologisk odling hittar du Naturskyddsföreningens svar på artikeln [HÄR](#) [länk] och KRAVs bemötande av densamma [HÄR](#). [länk]*

*Mellan skog och gård, 2014b, 17 november*

Efter ett par genomgångar av det empiriska materialet uppenbarade sig några dominerande kategorier av vad bloggarna huvudsakligen tar upp vad gäller mat i samband med frågor kring miljörelaterade problem. Den allra största delen av bloggposterna handlar i huvudsak om konsumtion som vi tidigare nämnt. I kategorin konsumtion skriver bloggarna om konsumentmakt, alternativ konsumtion, förändringsprocesser och ekologiska val. En betydande del av dessa blogginlägg handlar om olika val man ställs inför vid konsumtion – val som grundar sig på personliga erfarenheter, nyheter, miljöinformation eller produktomdömen, liknande resultat ser vi även i Haiders forskning (Haider 2014, s. 249). I vissa inslag handlar det om att inte konsumera alls. Köpstopp under en kortare eller längre tid är en vanligt förekommande handling som redovisas på bloggarna, vilket även Haider ser i sin forskning om miljöbloggar (Haider 2015, s. 10). De andra dominerande ämnesområdena på bloggarna är produktion, kött, hållbar livsstil och miljökampanjer. Samtliga kategorier överlappar varandras områden och är svåra att separera.

Kött är den mest politiserande kategorin. När kött behandlas på bloggarna är kritiken hård mot konsumenter, politiker och den samtida livshållningen. Bloggarna uttrycker stark kritik mot att köttkonsumtionen i Sverige ökar och uppmanar sina läsare att ta sig i kragen. De förekommer en del hänvisningar till myndigheters rekommendationer på köttkonsumtion och som en hjälp på vägen; alternativa vegetariska recept. Med recepten, inlägg som ofta får en inspirerande bild till, följer ofta ett personligt omdöme och en recension av maträtten. Det är ett aktivt försök från bloggarnas håll att påverka och underlätta för läsare att minska eller sluta med kött. Köttindustrin är en stor miljöbov och alla försök till att minska köttkonsumtion är bra, anser bloggarna. En bloggare skriver sakligt, angående att välja mer vegetariskt: “Det finns nämligen många skäl att öka andelen vegetarisk mat på tallriken. Det är god, nyttig, billig och klimatsmart mat.” (Hållbara handlingar, 2015, 31 januari). Ett tydligare ställningstagande med starkt etiskt budskap har Karins miljöblogg:

*Och hörni - jag lägger mig inte i vad ni vill ha på ert julbord. Att hålla vegopredikan på julafton tänker jag inte hålla på med. *Men ål köper ni bara inte.* Punkt.*

*Karins miljöblogg, 2011, 23 december*

Bloggarna motiverar sina val och vill medvetet försöka inspirera andra till att genom handling kunna bidra till bättre miljöval, vi tolkar detta agerande som starkt kopplat till etisk och politisk konsumtion. Miljöbloggarna kan i det avseendet även ses som aktiva prosumenter. Att vara prosument online är att verka för sitt och andras bästa

genom att dela med sig av sina upplevelser eller kunskaper kring produkter och dess alternativ och i förlängningen kunna påverka marknaden. En blogg har på det viset stor konsumentmakt (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 31). Ritzer & Jurgenson (2010) menar att prosumenten av idag, som främst är verksam på internet, ställer krav på kapitalismen. Prosumenten arbetar inte enligt kapitalistiska regler, hen vill betala lite eller inte alls för nättjänster och nätprodukter (ibid., s. 22) Prosumenten arbetar för sitt eget mål – och gör det gärna lyckligt, medvetet och gratis (ibid.). En av de större bloggarna i vår studie, som har många följare och vars blogg finns på flera av de andra bloggarnas blogrolls stämmer väl in på ovanstående bild av vad som kan förväntas av en prosument online. En bloggare skriver välinformerade och detaljerade inlägg, har ofta egna fotografier och hänvisar i stor utsträckning till de källor hen använder. Det är uppenbart att bloggen tar en del tid i anspråk. På en av bloggens flikar, vilken heter *Reklamfri blogg* kan vi läsa följande:

Jag har valt att inte ha någon reklam på min blogg. Det innebär att jag inte publicerar sponsrade inlägg och att jag inte tar emot varor för test osv. (recensionsexemplar av böcker undantagna). Jag säljer inte annonsplats på bloggen. Pressmeddelanden och produktnyheter tag jag gärna emot, och jag skriver i så fall om det utan motprestation om jag själv tycker att det är intressant. När jag skriver om varor, företag och organisationer och eventuellt rekommenderar något, gör jag det på mitt eget initiativ och utan betalning.

*Karins miljöblogg, u.å*

Ett talande exempel på hur bloggaren agerar prosument ser vi i ett av bloggare J:s blogginlägg vilket handlar om en forskningsrapport från Stockholms universitet som berättar om att klorparaffiner hittats i 8 av 12 testade mixerstavar (Strid, Athanassiadis, Bergman 2014).

Hur många småbarnsföräldrar använder inte stavmixern just för att mixa mat till sitt barn? Vad gör man då om man äger en stavmixer som finns med på listan? Jag skulle nog kontakta tillverkaren och säga att jag vill lämna tillbaks den med anledning av det den sprider till maten. Det är bedrövtligt att vi inte kan lita på deras produkter!

*Ekopappan, 2014, 21 oktober*

Avslöjandet att stavmixrar som används i hemmet innehåller gifter, upprör bloggans läsare. Inlägget fick 46 kommentarer, varav 27 stycken är från bloggans läsare och resterande är bloggaren själv som svarat dem. Det är uppenbart att ämnet berör. Många av läsarnas kommentarer visar på att de känner sig upprörda och lurade som konsument, särskilt då de använt stavmixern till att göra mat till sina småbarn. I kommentarerna kan vi sedan följa hur bloggare J uppmanar läsarna att kontakta tillverkaren till deras stavmixer och kommentarerna visar sedan på hur läsarna ringer och mailar till dessa. Forskning och nyheter kring gifter eller liknande avslöjanden som ligger nära hemmet, maten och speciellt våra barn ger i det här fallet upphov till att konsumenten agerar. Som Ritzer, Dean och Jurgenson (2012) menar, är det prosumenten som har en ledande ställning på internet, i det här fallet genom att dela information och visa på vad man kan göra som konsument (Ritzer, Dean & Jurgenson 2012, s. 385). Även läsarna som kommenterar agerar här prosumenter då de i sina kommentarer beskriver vad de gör och i sin tur uppmanar andra att ta kontakt med tillverkaren. Med bloggen kan bloggare J nå ut med sina budskap och skapa opinion, och tillsammans med läsarna skapar de konsumentmakt. Handelman (2012) talar om att skillnaden mellan konsument som expertaktivist och en "vanlig" konsument

suddas ut med sociala verktyg som hjälpmedel (Handelman 2012, s. 390–391). I exemplet med stavmixrarna ovan är det delvis konsumenterna som skapar informationen om ett miljövänligt liv, även om det är i liten skala.

På flera av bloggarna vi studerar förekommer länkar till miljökampanjer av slaget där man uppmanas att handla ekologiskt odlad mat. Oftast kommenterar bloggaren kampanjens uppmaningar med att verifiera vad hen själv gör och inte gör, vilket vi tolkar som en sorts självkontroll på att vad hen gör är bra. Forskning visar att miljöbloggar kan fungera som självkontrollerande verktyg (Haider 2015, s. 4). Blogginlägget nedan visar också på svårigheten att nå utanför sin sfär av möjliga intresserade läsare. Bloggen talar till en redan insatt klunga av läsare hos vilka miljökampanjers betydelse redan är en realitet.

Jag antar att jag predikar för kören om jag uppmanar mina läsare att välja eko. Den som lägger sin fritid på att läsa miljöbloggar köper knappast annat än ekologisk mjölk eller kaffe eller bananer. Och fortsätt med det! /.../ Kaffet och bananerna skulle kännas helt vrickat att köpa annat än eko, det har jag gjort så länge. Vindruvor köper jag typ aldrig och gillar inte russin. Däremot vin, och då händer det att jag slarvar med eko.

*Karins miljöblogg, 2013, 20 september*

Även följande blogginlägg handlar om en miljökampanj och fungerar som en uppmaning till att handla både ekologiskt och rättvisemärkt. Här kommer den etiska aspekten in, i det här fallet om rättvis handel. Etiska aspekter förekommer inte så ofta i bloggarna, vad det gäller sambandet mellan mat och miljö, vilket förvånade oss. Vi tolkar det som att det kan vara svårt och komplicerat att skriva om etiska frågor och att det ligger långt bort från vårt västerländska samhälle med mat i överflöd.

Själv har jag svårt att överhuvudtaget ta i en besprutad banan numera och se upp för de som har annan märkning än KRAV, då är det inte automatiskt Fairtrade. /.../ Ekologisk mjölk, filmjölk och yoghurt är självklart. /.../ Ekologiskt kött har vi också varit dåliga på att köpa, istället har vi försökt dra ner på kött.

*Ekolisa, 2013b, 24 september*

På bloggarna kan vi avläsa att det finns en medvetenhet kring att det kan vara svårt att se skillnad på vad som "bara" är trend och vad som är ett genuint intresse för hållbar utveckling och medvetenhet som konsumtion.

Det kallas för en trend. Att handla ekologiskt, odla för att äta, återbruka allt möjligt och mjölksyra grönsaker. Kanske baka ett surdegsbröd också. Enligt TT igår så är nästa "ekotrend" att ha egna höns. Jag sneglar på hönshuset på tomten och känner mig lite träffad, ja. Inte så trendig dock, däremot lite provocerad. Å ena sidan så förstår jag resonemanget. Visst är det en trend och säkert en slags statusmarkör att leva miljövänligt och hållbart. En trend för de som har möjlighet då alla inte har förutsättningar att downshifta och gräva ner näsan i jorden när de känner för det.

*Mellan skog och gård, 2014c, 23 april*

I senare inlägg utvecklas bloggarens tankar, hen ser på sin egen odling som en typ av konsumentaktivism med siktet inställt mot en hållbar utveckling. I följande ställningstagande ser vi exempel på den slags etiska konsumtion som Gabriel och Lang (2006) ser som den fjärde konsumentrörelsen där konsumenten aktivt tar ställning och gör medvetna val. "Nu finns min krönika för Sommar med Ekoguiden

att läsa. Såklart handlar den om odling, denna gång om köksträdgården som trend - eller kanske som aktivism för en bättre miljö?” (Mellan skog och gård, 2014d, 14 juli).

Många av blogginläggen är uppmaningar till att konsumera mindre, att handla annorlunda, att inte slänga matrester utan att ta tillvara på dem istället. I kategorin matsvinn samlar vi recept, flera är konkreta råd om hur man tar tillvara på matrester. De är inte bara recept utan ofta kopplar bloggaren samman tips och påminnelser om hur man ska tänka och bete sig för att göra minsta möjliga avtryck på miljön. En betydande del av blogginläggen är rekommendationer att konsumera på rätt sätt och tips på hur man kan göra och tänka vad gäller att köpa ekologiska matvaror som brukar ligga prismässigt högre.

Om det känns dyrt att börja köpa alla matvaror ekologiska på en gång så börja istället med att äta mer vegetariskt och att köpa eko när det är ingen eller väldigt liten prisskillnad. Ta tillvara på all mat och försök göra något kreativt med det som blir över. Äter man efter säsong spar man också pengar. På det här viset kan bra miljöval även bli en bra hushållsaffär.

*Mellan skog och gård, 2014e, 2 januari*

En av bloggarna som, vilket uttalat i bloggen lever på liten inkomst, skriver i ett inlägg om att det är lättare att leva miljövänligt om man har mindre kapital att röra sig med. “Det är inte nödvändigt att ha mycket pengar för att kunna leva miljövänligt tvärt om är det nog lättare efter som lite pengar innebär litet utrymme till onödig konsumtion.” (Maries miljöblogg, 2009, 30 november). I posten, som heter *Tio sätt att rädda planeten utan att vara rik*, ger hen tips på hur man kan leva miljövänligt och billigt. Här utgår hen från sin egen vardag och vill dela med sig av den i syfte att få fler att göra samma sak. I en intervju med en av bloggarna angående bloggandets syfte, uttrycks en liknande önskan att kunna påverka människor: “Att det får läsarna att tänka efter lite extra hur de lever sitt liv och förhoppningsvis ger ny kunskap som kan leda till beteendeförändringar.” (Bloggare 1, intervju, 2015).

Att konsumera mindre är ett av de absolut bästa sätten att minska sin miljöpåverkan. I mitt fall handlar det både om miljöhänsyn och ekonomi, jag sparar hellre pengar till sommarens semester än att köpa prylar just nu. Sedan tjänar jag så pass lite att jag helt enkelt inte har råd med onödig shopping.

*Maries miljöblogg, 2014, 18 april*

Bloggarens åsikter ovan angående samband mellan ekonomiska förutsättningar och minskad påverkan till miljöproblem ser vi som ett ställningstagande som passar in på begreppet etisk konsumtion. Konsumtion som ämne relaterat till miljö är som sagt en dominerande kategori i vår analys. Gabriel och Langs (2006) teori om etisk konsumtion som aktuell rörelse (Gabriel & Lang 2006, ss. 166–168), anser vi har utvecklats i rätt riktning sedan 1990-talet. Den är fortfarande högst aktuell och kan antas växa sig allt starkare inom den närmsta framtiden. Här nedan följer ett citat från en av våra bloggare vilket handlar om etisk konsumtion, närmare bestämt om palmolja.

Lyssna på Klotet i P1 [länk] den här veckan! Det handlar om palmolja och ställer frågan om man verkligen kan lita på certifierad palmolja. Ja det försöker jag också begripa mig på. Jag lärde mig lite nytt i veckans Klotet, men vet inte om jag blev så mycket klokare. Bojkott eller medveten

konsumtion? Kan jag med gott samvete köpa produkter med RSPO-certifierad [länk] palmolja?  
Eller bör jag göra mitt bästa för att helt enkelt eliminera så mycket palmolja jag kan ur mitt liv?

*Karins miljöblogg, 2015, 17 januari*

För den miljövänligt bevandrade konsumenten är palmolje-relaterade frågor svårt att sätta sig in i och ännu svårare är det att undvika att konsumera produkter med palmolja i. Miljövänlig konsumtion och etisk konsumtion, hänger i bland annat frågor om palmolja, nära samman. Enligt Gabriel och Lang (2006) och vad de säger om politisk och etisk konsumtion, så ser vi att blogginlägget med funderingar om palmoljan ett tydligt exempel på hur medvetna konsumenter inte kan blunda för under vilka förhållanden en produkt är framställd (Gabriel & Lang 2006, s. 166–168).

För bloggarna är odling ett sätt att förhålla sig till produktion och förekommer frekvent i bloggarna. Att odla själv kopplas samman med argument vad gäller att minska sin miljöpåverkan, spara på ekonomin och minska sitt konsumtionsberoende. En bloggare skriver om fördelarna med att odla eget samt vad odlingen har bidragit med för hushållsekonomin:

Matkontot de senaste 3 månaderna har legat på ca 500 kr/månad till skillnad mot de 3000 kr/månad som är brukligt för vårt hushåll. Det lönar sig verkligen att odla eget...fast om man delar upp det på alla timmar jag lagt på det så blir det inte en särskilt hög timlön. Och att vi spar pengar på odlingen är inte huvudsaken - det är en bonus. Det är lyckan att få äta sin egenodlade mat, och se de små fröna utvecklas till stora fina grönsaker som är så tillfredsställande.

*Hildas hem, 2014, 29 oktober.*

Att odla är förutom ett sätt att producera sin egen mat även mycket tidskrävande och slitsamt. Men det är en fröjd att se saker växa och är ett sätt att vara kreativ på. En bloggare jämför odlingen med en resa där man testar sig fram. En annan bloggare har ordnat ett eget bevakningssystem med gamla plastflaskor där återbruk, medvetenhet och egen-producerad mat samverkar "När mina egna flaskor tog slut har jag samlat PET-flaskor som inte har kvar pantkoden vid havet och använt." (Maries miljöblogg, 2013b, 5 juni). Den odlade bloggaren arbetar enligt prosumensens principer, medvetet, lyckligt och gratis för sin egen (och andras) skull (Ritzer & Jurgenson 2010, s. 22).

Mellan fyra av de bloggar vi studerar förekommer en annan intressant diskussion. En av bloggarna har ett inlägg med tips på hur man ska leva miljövänligt. Kontentan av inlägget är att om man jobbar mindre så konsumerar man mindre och då lever man mer miljövänligt. Risken med att ägna mer tid hemma istället för på jobbet är, menar bloggaren, att det kan bli en kvinnofälla där kvinnan tar större ansvar för hushållssysslor och oftast tjänar mindre än mannen. Bloggaren föreslår då att en lösning kan vara att man prenumererar på färdigplanerade matkassar för att frigöra tid från köket. I kommentarsfältet följer reaktioner på inlägget som menar att bloggaren verkar se det hela ur sitt perspektiv och inte har med i tanken att långt ifrån alla har råd att köpa färdiga matkassar. Det är en intressant diskussion som följer, men vad vi tar fasta på i sammanhanget är att i blogginläggets kommentarsfält finner vi tre av "våra" bloggare som tillsammans diskuterar frågan. I deras egna bloggar hittar vi därefter vidare diskussion på samma tema med reaktioner på inlägget om att gå ner i arbetstid. På deras bloggar möts "våra" bloggare igen och diskuterar vidare. I

slutänden kommer de överens och de bemöter varandras kritik och tankar på ett respektfullt och tillmötesgående sätt.

I ett sammanhang då man undersöker hur informationsspridning fungerar på bloggar, blir ovanstående exempel intressant eftersom vi i de här bloggarna, relativt tydligt kan se hur informationen cirkulerar. Bloggarna är länkade till varandra och med teorin kring hur sociala nätverk fungerar (Walker Rettberg 2014, ss. 66–68), kan man genom exemplet ovan se hur information från olika bloggar interagerar. Bloggarna ses som ett socialt nätverk, där de svaga banden mellan bloggarna tillför att ny information kommer in i nätverket. Våra bloggare känner inte varandra sedan tidigare, vilket vi förstått efter att ha lärt känna bloggarna samt på deras kommentarer, de har därmed inte starka band till varandra. Starka band skulle enligt teorin om sociala nätverk innebära liten chans till att en ny sorts information kommer in i nätverket. Bloggarna som kommenterar inlägget, utgör den sociala interaktion och svaga band som behövs för att nya perspektiv och nyheter kommer in. Sett ur det sociokulturella perspektivet så approprierar bloggarna kunskaper från varandra och de lär sig något nytt med hjälp av deltagarnas olika synvinklar. Texterna på bloggarna fungerar som broar eller verktyg mellan bloggarna med vilka de uttrycker sina tankar. Den diskussion vi ser på bloggarna kan ses som den lärandeprocess vilken Säljö (2000) beskriver som den proximala utvecklingszonen, tillsammans har de utvecklat nya kunskaper och lärt sig något nytt (Säljö 2000, s. 119–120).

### 7.3 Källor

Miljöbloggar representerar ingen lukrativ marknad och drivs i första hand av personligt engagemang. Bloggarna informerar om val vi som konsumenter kan vara osäkra inför, de samlar information och står för något läsarna själva kan relatera till (Cosenza, Solomon & Kwon 2015, s. 75). De utgår från sig själva och det personliga tilltalet kan inge förtroende (ibid.). Att utföra en källkritisk bedömning av bloggar och dess innehåll är, som vi tidigare kommenterat, upp till läsaren (Thurén & Strachal 2011; Cosenza, Solomon & Kwon 2015).

Bloggarna använder sig av olika typer av länkar i sina inlägg; i blogrolls, det vill säga där länkar till andra bloggar finns med, eller så är länkar infogade i textsjok som leder vidare till artiklar, hemsidor eller andra bloggar. Studiet av länkarna kan informera om vilka ämnen och organisationer som är de vanligast förekommande källorna och vilka som därmed anses vara trovärdiga som källor (Haider 2014, s. 251). Vår studie innefattar ett litet antal bloggar och det går inte att dra några slutsatser till bloggossfären i övrigt. De bloggar vi studerar visar att sociala medier dominerar som informationskälla, näst efter organisationer och föreningar. Efter kategorisering av de länkade källorna fick vi fram en lista över de fem mest frekvent förekommande typer av källor:

1. Organisationer och föreningar
2. Sociala medier
3. Dagspress
4. Företag
5. Myndigheter



Organisationer och föreningar representeras av Naturskyddsföreningen, Världsnaturfonden WWF och Global Footprint Network för att nämna några men i kategorin är även små föreningar inräknade, som verkar på lokal basis och representeras av en liten grupp människor, som exempelvis en odlarförening. Sociala medier representeras av andra bloggar, Facebookgrupper/Facebooksidor, Twitter och Instagram. Dagspress representeras främst av Dagens Nyheter och Svenska Dagbladet men även mer lokalt förankrade dagstidningar förekommer. I kategorin företag dominerar mindre företag som har miljövänliga produkter som sin nisch. Företagens produkter är ofta veganska eller vegetariska, och ett företag fungerar som en distributör mellan lokalproducerade varor och kunder. Myndigheter representeras av Livsmedelsverket, Jordbruksverket och Naturvårdsverket.

En amerikansk enkätundersökning har visat att var tredje bloggare “ofta” försöker verifiera information de delar och publicerar på sina bloggar och att de försöker länka till källor (Walker Rettberg 2014, s. 94). Med tanke på det subjektiva perspektiv en blogg har och att det inte görs några anspråk på hur en blogg skall reflektera över fakta kan detta tolkas som goda siffror. En dagboksbloggare vars innehåll kretsar kring individens vardag och egna upplevelser reflekterar i mindre utsträckning över källor, enligt samma undersökning, men det är inget material som heller fodrar källor för att verka trovärdiga (Walker Rettberg 2014, s. 94). I de bloggar vi studerar kan vi tydligt urskilja en medvetenhet kring hanteringen av källor. Alla bloggar är dock inte konsekventa med källhänvisning utan källor verkar anges sporadiskt. Men att bloggarna “ofta” försöker verifiera källor stämmer in på vårt material. I en blogg går att läsa följande:

Jag vill vara tydlig med att jag inte är en miljöexpert. Det jag skriver om är sådant jag upplevt själv eller läst om i tidningar, böcker och på nätet. I möjligaste mån anger jag källa genom att länka vidare.

*Karins miljöblogg, u.å*

Resonemanget utvecklas i en intervju med en bloggare: “Jag försöker använda så trovärdiga källor jag kan. /.../ så länge jag redovisar var jag läst det jag skriver är det upp till läsaren att värdera det.” (Bloggare 1, intervju, del 3, 2015).

Ovanstående citat leder oss vidare till vad som avgör vad en läsare bedömer som en trovärdig källa eller ett medium (blogg). Att tolka trovärdighet på bloggar är, som vi tidigare konstaterat, upp till läsarna själva att bedöma (Thurén & Strachal 2011; Cosenza, Solomon & Kwon 2015). Bloggens intryck är avgörande för läsaren, att hen har fattat tycke för de upplägg och det personliga uttryck som bloggen manifesterar. Funderingen i problemformuleringen, om objektivitet blir åsidosatt på bloggar, kan besvaras med att det till en viss del blir så, men att det ligger i tiden att anlägga en personlig prägel på information och att det inte är bloggarna som skall ställas till svars utan det är mottagarna som måste vara bevandrade i källkritiska åtaganden.

En annan intressant aspekt som kan vara intressant att ta upp vad gäller inlägget om stavmixrarna, handlar om bloggaren som trovärdig källa. Bloggaren använder källor i sitt inlägg som länkar till forskningsrapporten från Stockholms universitet och till en tidningsartikel på DN.se som handlar om rapporten. Både Stockholms universitet och dagstidningen Dagens Nyheter bedömer vi brukar anses vara trovärdiga källor. Men man kan också tala om läsarnas trovärdighet på bloggaren. Ju närmre “problemet”

kommer människan, desto större anledning till oro, och ju fler läsare som kommenterar och agerar desto större kognitiv auktoritet får också bloggare J och hans inlägg (Francke & Gärdén 2013, s. 165–166).

Länkar är betydelsefulla för att bloggarna ska spridas och läsas (Walker Rettberg 2014). Det är relevant att studera vikten av länkar men vi fokuserar inte på det i så hög grad i vår uppsats. Det beror dels på att vi inte har studerat ett så stort urval bloggar och dels på att urvalet av bloggar inte är baserat på exempelvis en snöbollseffekt, där en blogg kan leda vidare till nästa och nästa genom deras blogrolls (t. ex. Haider 2015; Kjellberg 2010). Men det är viktigt att ha med sig i analysarbetet eftersom flera bloggar använder samma källor och skriver om samma saker. Dessutom förekommer intressant kommunikation mellan ett par av bloggarna i vårt material vilket vi beskriver under föregående underrubrik. En som bloggar läser andra bloggar (Walker Rettberg 2014, s. 1). Några av de bloggar vi studerar länkar till varandra, det förekommer både i textsjok och i blogrolls. I intervjumaterialet påpekas att man länkar “för att vara schysst mot dem, och kanske få en länk tillbaka/.../ (Bloggare 3, intervju, del 2, 2015). Vidare uttrycker informanterna att de länkar till dem de vill stötta eller tycker är bra. Så här svarar en informant på frågan om hen läser andra bloggar:

Jag läser många bloggar! Jag är nyfiken på andra människor så jag älskar det formatet. Främst sådana som handlar om miljö och trädgård eller en livstil nära naturen, men även många feministiska eller bara personliga bloggar. jag skulle tro att jag läser ca 50 stycken mer eller mindre regelbundet/.../

*Bloggare 5, intervju, del 2, 2015*

Att en blogg har läsare är tätt sammanflätat med om bloggen uppfattas som trovärdig. Att bli läst innebär även att bli granskad och att skribenten kan ställas till svars. En bloggare uttrycker sig så här:

Läsarna betyder jättemycket. jag vill ju skriva inför en publik så att säga /.../ Med läsare ställer man högre krav på sig själv, utvecklar sitt skrivande mer, får förståelse för hur texter tas emot. /.../ Det får mig också att vara på tårna, en del kommentarer ifrågasätter och det är lärorikt /.../ Jag tror jag har en del väldigt medvetna läsare, så jag vill hålla måttet inför dom särskilt när det kommer till miljöfrågor.

*Bloggare 5, intervju, del 2, 2015*

De som läser en miljöblogg har redan kännedom och kunskap i ämnet. Att välja att läsa en webbsida som behandlar miljöfrågor är, som Merricks (2012) enkät visade, inte ett första steg på vägen mot information om miljö. De som läser har en förförståelse, egna erfarenheter och tankar kring att leva ett hållbart liv vilket, innebär att läsarnas tidigare kunskap kan hjälpa dem att avgöra om information på en miljöblogg är trovärdighet eller inte. Utifrån ovanstående citat tolkar vi det som att läsarnas förkunskaper kan utveckla bloggarnas källkritiska hantering.

## 8 Diskussion och slutsatser

I det här avsnittet diskuterar vi vad vi kommit fram till genom att studera de 11 miljöbloggarna. Vi kommer att diskutera våra forskningsfrågor och besvara dem i den mån det går. Vårt material är grundat på ett ganska litet urval bloggar och ur det sammanställda resultatet går det inte att dra några generella slutsatser över miljöbloggar generellt, utan gäller enbart vårt studiematerial.

### 8.1 Diskussion

Idag utnyttjas internet i stor utsträckning för att söka information och fakta och därför är vårt syfte med uppsatsen att undersöka hur information kring ett avgränsat ämne ser ut, hur den cirkulerar och vilka källor som används. I ett sociokulturellt perspektiv samt ur konsumentkulturellt perspektiv, belyser vi hur informationen är situerad i ett specifikt sammanhang. Detta sammanhang har vi placerat på miljöbloggarnas diskussioner om mat som miljöproblem. Information om miljö är en viktig diskussion och med trovärdig källhantering kan diskussionen lyftas till en högre nivå därav intresset att studera hur bloggarna använder sig av källor och länkar.

På bloggarna ser vi tydliga exempel på hur information på bloggarna verkar i en läroprocess, där bloggen fungerar som ett kommunikationsverktyg att ventilerat åsikter, funderingar och egna erfarenheter av att leva miljövänligt. I interaktion med varandra skapar bloggaren och bloggarnas läsare ny information och kunskap. Ur vårt intervjumaterial har vi fått veta att bloggarna skriver i sina bloggar för att dela med sig av sina kunskaper till andra. På en aktiv blogg är läroprocessen ständig, vi har två exempel från vårt material där vi tydligt ser hur bloggarnas användare tar till sig information från varandra, det vill säga approprierar kunskap från varandra och en ny förståelse av ett sammanhang utvecklas. Den sociokulturella teorin om hur människor lär sig i en kollektiv process, överensstämmer med resultaten på vår studie. Vi kan även genom bloggarnas källhänvisningar se att de till stor del använder andra sociala medier som källa till den information de skriver, vilket gör att det sociokulturella perspektivet blir än mer motiverat att applicera på vår studie.

På de miljöbloggar vi studerat, ser vi att etisk konsumtion är starkt representerad som diskussionsämne. Bloggarnas, det vill säga personerna som driver bloggarna, syfte är att minska sin miljöpåverkan i vardagen, därför agerar de som medvetna eller alternativa konsumenter och tar ställning till etiska aspekter vid köp av en vara. De val den medvetna konsumenten tar inför ett köp kan enligt Micheletti och Follesdal (2007) vara ett steg mot att försöka ändra på marknaden (2007, s. 168), och det har vi tydliga exempel på i vårt studiematerial. Genom minskad konsumtion bidrar de till mindre resursslöseri. Att vara en aktiv konsument och producent kombinerat, det vill

säga prosumenter, är ett mönster vi tydligt urskiljer i vårt material. Vi ser tendenser på att det främst är etisk konsumtion på hemmaplan, lokalt, som får utrymme medan etisk konsumtion i ett globalt perspektiv inte ges lika mycket plats.

### 8.1.2 Hur är information om mat som miljöproblem situerad på bloggarna?

Majoriteten av de bloggar vi studerar utgår från sin egen situation och vardag. De skriver om miljöfrågor med utgång från sina egna liv men syftet med bloggen bottenar i en vilja att dela med sig av sina erfarenheter och sina kunskaper i ett ämne bloggarna har ett stort intresse i och vill dela med andra. Bloggarna har ett personligt perspektiv och vill sprida information som de anser vara av vikt och de vill göra det möjligt för fler få ta del av den. Informationen får kraft genom sociala medier förmåga att nå ut till omvärlden, bloggen blir ett sätt att distribuera sina åsikter.

Angående hur bloggarna hanterar information om mat som miljöproblem, ser vi att frågorna i ett större perspektiv handlar om konsumtionsfrågor, de ställer sig kritiska till den konsumentkultur vårt samhälle är uppbyggt kring. Konsumenten får makt för de som är intresserade av deras information. Konsumenterna själva skapar informationen om miljövänligt vardagsliv, de agerar prosumenter. Prosumentens makt blir större när de förekommer i ett större sammanhang, som exempelvis på en populär blogg, och kan ifrågasätta och driva fram frågor kring produktion och konsumtion.

Miljöbloggar förhåller sig till och diskuterar samma information på liknande sätt (Haider 2014, s. 258). Vi kan konstatera att samma resultat återfinns i våra bloggar, fast det baseras på ett relativt litet material. Sett ur ett större perspektiv betyder det att ingen ny information kommer in i nätverket. Teorin om sociala nätverk, vilket handlar om hur information sprids ut, och som vi använder som ett redskap för att analysera bloggarna, uppenbarar att svaga band är svaret på hur information kommuniceras och utvecklas utanför den lilla sfären.

Vid genomgång av vårt insamlade material delade vi in blogginläggen i teman. Ett av dessa teman kallar vi för naturens mat vilket är ett ämne som diskuteras lite eller inte alls. Trots att detta tema endast förekommer i ett enda blogginlägg får den ändå en egen kategori på grund av att det skiljer sig från mängden. Med naturens mat syftar vi på mat som finns tillgängligt i naturen, frukt och bär på allmän mark, fisk från sjöar och hav eller svamp i skogarna. Om detta kan vi endast läsa om i ett kortare inlägg vilket förvånar oss då det i bloggarna är ett så grundläggande koncept att ta till vara på den mat som redan finns och att det som produceras och konsumeras skall komma till användning.

Vi hade även förväntat oss en större diskussion kring etiska frågor rörande miljöproblem, utnyttjandet av arbetare i utvecklingsländer, eller om stora företags användning av miljöfarliga produkter i framställning av mat. Argumenten är politiserade när kött och miljökampanjer behandlas men avsaknad av reflektion kring ovanstående frågor förvånar oss till viss del. Denna avsaknad kan bero på att bloggaren i diskussioner om nämnda ämnen och aspekter skulle behöva tillkännage en politisk tillhörighet. Det krävs även en viss kännedom om globala företagsförhållanden och det kan innebära ett ansvar att diskutera frågor med läsare i

vad som kan betraktas som ett känsligt ämne. Det skrivs om globala förhållanden, orättvisa mot människor och djur i produktionsleden, samt otillfredsställelse med svensk miljöpolitik men det sker i mindre utsträckning och utan att skapa en ström av kommentarer. En bloggare efterlyser vid ett tillfälle "banandebatt". Hen kopplar till en för tillfället aktuell dokumentärfilm om bananproduktion som bland annat visar hur plantagearbetare skadas av besprutningsmedel. Inlägget belyser främst att konventionellt odlade bananer är besprutade med gifter och därför inte bör köpas och tillägger att: "Sedan finns det också flera andra aspekter på bananodling och på de stora bananföretagen." (Ekolisa, 2012, 7 september). Bloggaren skriver att hen gärna vill ha kommentarer och får två svar. Varav ett redogör för läsarens egna ekologiska bananköp och det andra erbjuder en gästartikel, men om den handlar om bananer får läsaren inte veta. Ett inlägg som efterfrågar debatt om gifter och arbetsförhållanden i världen kommer inte i närheten av de antal kommentarssvar som inlägget om stavmixrarna gjorde. En produkt i våra hem som visar sig utsöndra gifter vid användning, genererar större effekt hos läsarna. Det tolkar vi som att för många människor är det enklast att förhålla sig till sin egen sfär, det egna hemmet och av vad man personligen har för möjligheter att påverka.

### 8.1.3 Hur kommer källkritisk hantering till uttryck på bloggarna?

Organisationer och föreningar är de källor som bloggarna använder mest frekvent, dock tätt följt av sociala medier med endast en styck källhänvisning som skillnad. Att sociala medier som källa förekommer så pass frekvent är intressant och bekräftar att forskning om källkritik i samband med sociala medier och bloggar är en viktig del av informationsvetenskapen. Innan vi utförde en manuell räkning av källorna, förväntade vi oss att dagspress, myndigheter och miljöorganisationer som t. ex. Naturskyddsföreningen skulle vara förekomma mer frekvent. I vår första genomgång av materialet observerade vi inte sociala mediernas så gott som dominerande ställning som källa. Resultatet förvånade oss, på ett positivt sätt, eftersom det bekräftar vårt val av uppsatsämne om att bloggar har relevans idag då sociala medier som källor studeras inom det biblioteks- och informationsvetenskapliga fältet (t. ex. Francke & Sundin, 2012, 2009; Kim, Sin & Yoo-Lee 2014). Forskning om trovärdighet på bloggar finns inom andra fält, som ekonomi och marknadsföring (t. ex. Cosenza, Solomon & Kwon 2015).

Några av de mest dominerande källorna som våra bloggar använder sig av är som sagt andra bloggar och sociala medier. De hämtar kunskap främst från andra som agerar utifrån samma syfte. Bloggarna delar oftare källor från subjektiva medier som sociala medier än från myndigheter eller forskning. Det informella och personliga tilltalet samt kopplingar till den egna vardagen är en igenkänningsfaktor. Detta skapar trovärdighet vilket är avgörande när vi vill ha information om komplexa ämnen som rör vår vardag. Trovärdighet är alltså avgörande och källkritiskt bedömning är upp till läsaren. Vad läsaren tolkar som trovärdigt är färgat av kulturell tillhörighet och tidigare kunskaper, men det hen väljer att tolka som trovärdigt är det som hen sedermera lär sig av. Det är den kollektiva intelligensen som värdesätts, information skapad gemensamt av människor med samma intressen som en själv. Forskning, som t. ex. myndigheters information baseras på, är också skapad ur en kollektiv intelligens, men den är mer anonym och opersonlig än informationen på sociala medier. I Sverige ses myndigheter i allmänhet som trovärdiga, men vår studie visar att det personliga och avslappnade i sociala medier lockar mer.

Bloggen vi kategoriserar som ämnesblogg använder sig nästan uteslutande av källor i sina blogginlägg. Detta i motsats till de dagboksliknande bloggarna som utvecklar sina resonemang med personliga texter och från egna erfarenheter. Dagboksbloggarna är inte konsekventa med källor. Detta betyder att olika slags bloggar förmedlar trovärdighet på olika sätt, dels genom den personliga vinkeln och dels genom att frekvent hänvisa till källor som ger mer information.

Det är lätt att föreställa sig att en förening som arbetar med miljö- och samhällsfrågor väljer att uppmärksamma något som de vet kan beröra människor och på så sätt dra till sig fler aktiva medlemmar och där igenom får möjligheter till större genomslagskraft och makt. Exempelvis att i påsktider uppmärksamma att ekologiska ägg från frigående höns är bättre att köpa jämfört med ägg från burhöns uppfödda med konventionellt odlad foder. Med detta sagt – det finns alltid två sidor av samma mynt, det vill säga mer än en realitet och man måste ha en kritisk bedömningsförmåga. Ekologiskt framställda varor är inte vara det bästa alternativet för alla.

## 8.2 Slutsatser

I vår studie är vi positiva till bloggandet ur ett miljösyfte och hur de ifrågasätter konsumtion, men gemenskap och delad kunskap på bloggar innefattas även av bloggar som diskuterar frågor vi inte förknippar med demokrati eller liknande. Bloggar kan med sitt subjektiva och tilldragande tilltal, naturligtvis få kraft inom andra ämnesområden än inom miljöfären. Precis som de bloggare vi studerat agerar prosumenter och skapar miljöinformation till sin omvärld, så agerar bloggare inom andra områden också prosumenter. Det finns naturligtvis bloggar som ifrågasätter miljöförstöring och lyfter fram den forskning som visar att det inte går att bevisa att klimatförändring beror på mänsklig aktivitet.

Sociala medier och bloggar påverkar människors sätt att tänka. Att bloggar används som dominerande informationskälla kan bli ett problem vid brist på källkritiska kunskaper hos läsaren. Detta eftersom information kan få konsekvenser i förlängningen. Denna problematik för oss vidare till våra egna framtida uppgifter som yrkesverksamma biblioteks- och informationsvetare eller bibliotekarier. Bibliotekarien har ofta ett ansvar för att lära ut ett källkritiskt förhållningssätt till bibliotekets användare. Forskning om användarens trovärdighet gentemot källan är vanlig inom B&I och forskningen vad gäller användarens tillförlitlighet och trovärdighet till källor, handlar till stor del om kognitiv auktoritet. I dagens digitala samhälle behöver både vuxna och barn vara informationskompetenta, vilket motiverar vikten av att mer forskning om sociala medier och bloggar som informationskällor görs inom B&I. Vår studie kan bidra med förståelse kring hur informationen om mat som miljöproblem är situerad på sociala medier.

Ett sammanfattande resultat är att information om mat som miljöproblem på bloggar bygger på personlig erfarenhet och framtagna fakta som berör mat ur olika aspekter. Den första forskningsfrågan får svaret att information är situerad på många olika sätt. Under vårt arbete har frågan utvecklats till att innefatta mer än vad vi utgick ifrån i den inledande fasen av studien. Vårt material är relativt litet och för att kunna besvara

frågan mer tydligt skulle en större studie behöva göras alternativt att frågan hade behövt avgränsas. Vår första fråga omfattar en komplex verklighet vilket innebär att det är svårt att rama in ett bestämt resultat. Det finns inget entydigt svar, detta eftersom bloggar befinner sig i ett socialt och ständigt föränderligt sammanhang. Kort sagt omfattas information på miljöbloggar av personliga utsagor som blandas med fakta som rör miljöfrågor. Vi kan enbart uppvisa vad vårt studiematerial visade, resultatet går inte att använda för att statistiskt säkerställa eller generalisera hur miljöbloggar väljer att lyfta fram mat som miljöproblem. Säkert finns det liknande bloggar som är uppenbart mer kritiska till globala förhållanden vad rör miljöproblem och klimatförändringar och diskuterar detta på avancerad nivå, liksom det finns bloggar som inte i någon utsträckning använder sig av källor.

Trovärdighet är avgörande för vilka källor vi väljer att använda oss av vid informationshantering och det är läsaren själv som avgör vad som är en trovärdig källa. Intresse och förtroende speglar valet av källor. Detta innebär att en blogg i större utsträckning använder källor och länkar i vilka bloggaren kan relatera till sin egen vardag, från organisationer och sociala medier, än från exempelvis artiklar från dagspress, myndigheter eller forskning. De bloggar som tilltalar en personligen blir en viktigare informationskälla än exempelvis en vetenskaplig och formell informationssida. Den kunskap som är erfarenhetsbaserad och utgår från personliga preferenser och som dessutom har ventilerats tillsammans med andra med nya eller liknande upplevelser, anses vara trovärdig kunskap. Denna kunskap går att applicera på det egna livet och den egna vardagen och sammanfaller med bloggans identitet.

## 9 Vidare forskning

I vårt senmoderna samhälle sker förändringarna snabbt. Idag har webb 2.0 förlorat sin betydelse som begrepp för social samverkan. Enligt Google Trends<sup>2</sup> byts sökordet webb 2.0 ut mot sökorden sociala medier allt mer för varje år som går (Walker Rettberg 2014, s. 63). Google Trends mätverktyg visar att för tillfället är sociala medier begreppet för social interaktion i allt större omfattning. Det skulle vara intressant att forska om hur den semantiska webben, webb 3.0, interagerar socialt och hur den påverkar hur vi söker, finner och sovrar information. Genom att studera sociala medier med smarta taggar, som Twitter och Instagram med sina hashtaggar och bilder, skulle vi kunna få en mer koncentrerad bild av hur miljöinformation relaterad till mat sprids, delas och tillgängliggörs.

Vidare forskning på temat källkritik skulle kunna vara att utforska digital kompetens och källkritik på sociala medier ur ett avsevärt mycket större sammanhang och med specialiserade undersökningar inom många olika områden. Genom att studera sociala medier som informationskälla med en kvantitativ undersökning, skulle man statistiskt kunna säkerställa vilka kategorier och källor som är vanligast förekommande. En enkätundersökning som vänder sig till användare av sociala medier skulle ge ett underlag till diskussion om källkritisk hantering i en mer omfattande utsträckning.

Ett annat exempel skulle kunna vara att undersöka hur svenska studenters informationspraktiker i förhållande till sociala medier och digital kompetens kommer till uttryck och hur de används i studenternas informationssökning, studier och lärande. Detta skulle vara intressant för att lyfta fram bibliotekets roll som verktyg för att hjälpa studenter att utveckla källkritisk hantering.

---

<sup>2</sup> Google Trends undersöker vilka sökord som är mest frekventa hos deras användare. Man kan jämföra sökord med varandra, och en sökning med webb 2.0 mot social networking services visar att webb 2.0 "peakar" 2008 och har sedan en nedåtgående spiral i jämförelse med social networking services som fortsätter stiga till 2012.

<http://www.google.com/trends/>



# Referenslista

## Intervjuer

- Intervju med bloggare 1, 150302 – 150317.  
Intervju med bloggare 3, 150302 – 150310.  
Intervju med bloggare 5, 150302 – 150311.  
Intervju med bloggare 7, 150302 – 150309.

## Källförteckning

- Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber.
- Alvesson, M. & Skoldberg, K. (2008). *Tolkning och reflektion: vetenskapsfilosofi och kvalitativ metod*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Anderson, A.G. (2014). *Media, Environment and the Network Society*. New York: Palegrave Macmillan.
- Bates, M. (2006). Fundamental Forms of Information. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. 57(8), ss. 1033–1045.
- Bawden D. & Robinson L. (2012). *Introduction to Information Science*. London: Facet Publishing.
- Berg, M. (2011) Netnografi. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber. ss. 118–130.
- Bergström, G. & Boréus, K. (red.) (2012). *Textens mening och makt: metodbok i samhällsvetenskaplig text- och diskursanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- boyd, d.m. & Ellison, N.B. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1), ss. 210–230.
- Buckland, M. (2012). What Kind of Science Can Information Science Be? *Journal of the American Society for Information Science & Technology*. (63)1, ss. 1–7.
- Cosenza, T. R., Solomon, M. R. & Kwon, W. (2015). Credibility in the Blogosphere: A study of measurement and influence of wine blogs as an information source. *Journal Of Consumer Behaviour*. (14), ss. 71–91.

Decker, E. N. & Tomlinson, M. D. (2014). Using Blogs in the Library to Reach Diverse and Non-Traditional Student Groups. *Journal of Library Innovation*. 5(2), ss. 60–71.

Elin (2014a, 20 juli). Laxsoppa med potatis och spenat på egen räkbuljong. *Mellan skog och gård*.  
<http://mellanskogochgard.blogspot.se/2014/07/laxsoppa-pa-egen-rakbuljong.html>  
[15-04-30]

Elin (2014b, 17 november). Ekologisk odling – Vägen till svält? *Mellan skog och gård*.  
<http://mellanskogochgard.blogspot.se/2014/11/ekologisk-odling-vagen-till-svalt.html> [15-04-30]

Elin (2014c, 23 april). Min trendiga livsstil. *Mellan skog och gård*.  
<http://mellanskogochgard.blogspot.se/2014/04/min-trendiga-livsstil.html> [15-04-26]

Elin (2014d, 14 juli). Köksträdgårdens revival – krönika för Ekoguiden. *Mellan skog och gård*.  
<http://mellanskogochgard.blogspot.se/2014/07/kokstradgardens-revival-kronika-for.html> [15-04-26]

Elin (2014e, 2 januari). Gör det enkelt – om att skapa miljösunare matvanor. *Mellan skog och gård*.  
<http://mellanskogochgard.blogspot.se/2014/01/gor-det-enkelt-om-att-skapa.html> [15-04-30]

En lagom dos grönt (2013). Sveriges Bästa Gröna Bloggar. *En lagom dos grönt*.  
<http://www.enlagomdosgront.se/sverigesbastagronabloggar/> [15-05-18]

Eriksson-Zetterqvist, U. & Ahrne, G. (2011). Intervjuer. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber. ss. 36–56.

Findahl, O. (2012). *Svenskarna och internet 2012*. Stockholm: SE - Stiftelsen för internetstatistik.  
<https://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf> [15-05-19]

Findahl, O. (2014). *Svenskarna och internet 2014*. Stockholm: SE – Stiftelsen för internetstatistik.  
<http://www soi2014.se/> [15-05-19]

Francke, H. & Gärdén, C. (2013). Forskning om informationskompetens i skolsammanhang. I Limberg, L. & Hampson Lundh, A. (red.) *Skolbibliotekets roller i förändrade landskap: en forskningsantologi*. Lund: BTJ förlag. ss. 142–187.

Francke, H. & Sundin, O. (2012). Negotiating the role of sources: educators' conceptions of credibility in participatory media. *Library & Information Science Research*. 34(3), ss. 169–175.

Gabriel, Y. & Lang, T. (1995). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentations*. London: SAGE Publications.

Gabriel, Y & Lang, T. (2006). *The Unmanageable Consumer*. 2. uppl. London: SAGE Publications.

Giddens, A. (1999). *Modernitet och självvidentiet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos

Gillberg, N. (2014). *Uppmärksamhetssamhället*. Lund: Studentlitteratur.

Greenland, K. (2013). Negotiating Self-presentation, Identity, Ethics, Readership and Privacy in the LIS Blogosphere: A Review of the Literature. *Australian Academic & Research Libraries*. 44(4), ss. 217–225.

Haider, J. (2011). Interrupting practices that want to matter: the making, shaping and reproduction of environmental information online. *Journal of Documentation*. 68(22), ss. 639–658.

Haider, J. (2014). Taking the environment online: Issue and link networks surrounding personal green living. *Online Information Review*. 38(2), ss. 248–264.

Haider, J. (2015). The Shaping of Environmental Information in Social Media: Affordances and Technologies of Self-Control. *Environmental Communication*. (Online first), ss. 1–19.

Handelman J. M. (2012). Online Consumer Movements. I Belk, R. W. & Llamas, R. (red.) *The Routledge Companion to Digital Consumption*. New York: Routledge. ss. 386–395.

Hunt, N. & McHale, S. (2007). A Practical Guide to the E-mail Interview. *Qualitative Health Research*. 17(10), ss. 1415–1425.

Karin (2011, 23 december). God Jul! *Karins miljöblogg*.  
<http://www.karinsmiljoblogg.com/2011/12/god-jul.html> [15-04-25]

Karin (2013a, 5 maj). Frysta bruna bananer. *Karins miljöblogg*.  
<http://www.karinsmiljoblogg.com/2013/05/frysta-bruna-bananer.html> [15-04-23]

Karin (2013b, 20 september). O-ekologiskt är ologiskt. *Karins miljöblogg*.  
<http://www.karinsmiljoblogg.com/2013/09/o-ekologiskt-ar-ologiskt.html> [15-04-29]

Karin (2014a, 7 augusti). Dags att klimatmaxa. *Karins miljöblogg*.  
<http://www.karinsmiljoblogg.com/2014/08/dags-att-klimatmaxa.html> [15-04-23]

Karin (2014b, 16 december). Mera havremjolk! *Karins miljöblogg*.  
<http://www.karinsmiljoblogg.com/2014/12/mera-havremjolk.html> [15-04-23]

Karin (2015, 17 januari). Palmolja – Bojkott eller medveten konsumtion? *Karins miljöblogg*.

<http://www.karinsmiljoblogg.com/2015/01/palmolja-bojkott-eller-medveten.html>

[15-04-30]

Karin (u.å). Reklamfri blogg. *Karins miljöblogg*.

<http://www.karinsmiljoblogg.com/p/reklamfri-blogg.html> [15-04-28]

Kim, K-S., Sin, S-C. J. & Yoo-Lee, E. Y. (2014) Undergraduates' Use of Social Media as Information Sources. *College & Research Libraries*, (75)4, ss. 442–457.

Kirchmann, H., Bergström, L., Kätterer, T., Andersson, R. (2014a). *Ekologisk odling – vägen till svält: myter och sanningar om ekologisk odling*. Stockholm: Fri Tanke förlag.

Kirchmann, H., Bergström, L., Kätterer, T., Andersson, R. (2014b). Ekologisk odling - vägen till svält. *Svenska Dagbladet*, 16 november.

[http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/ekologisk-odling-vagen-till-svalt\\_4105533.svd](http://www.svd.se/opinion/brannpunkt/ekologisk-odling-vagen-till-svalt_4105533.svd)

[15-05-20]

Kjellberg, S. (2009). Bloggar som gränssnitt mellan flera världar: en fallstudie av den svenska akademiska bloggscenen. *HUMAN IT*, 10(3) ss. 46–89.

Kjellberg, S. (2010). *Forskarbloggar – vetenskaplig kommunikation och kunskapsproduktion i bloggscenen*. Diss. Lund: Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

Kozinets, R. (2011). *Netnografi: etnografiska undersökningar på nätet*. Malmö: Studentlitteratur.

Kronqvist-Berg, M. (2014). *Social media and the public libraries: exploring information activities of library professionals and users*. Diss. Åbo: Åbo Akademis förlag.

Kuhlthau, C. C. (2004). *Seeking meaning: a process approach to library and information services*. 2. uppl. Westport: Libraries Unlimited.

Kungliga tekniska högskolan, vetenskap och konst. (2014). *Vad är hållbar utveckling?*

<https://www.kth.se/om/miljo-hallbar-utveckling/utbildning-miljo-hallbar-utveckling/verktyglada/sustainable-development/vad-ar-hallbar-utveckling-1.350579>

[14-12-09]

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Lalander, P. (2011). Observationer och etnografi. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber, ss. 83–102.

Limberg, L., Sundin, O. & Talja, S. (2009). Teoretiska perspektiv på informationskompetens. I Hedman, J. & Lundh, A. (red.) *Informationskompetenser*. Stockholm: Carlssons förlag. ss. 36–65.

Limberg, L., Sundin, O. & Talja, S. (2011). Three Theoretical Perspectives on Information Literacy. *HUMAN IT*, 11(2), ss. 93–130.

Lisa (2012, 7 september). Varför ska man köpa ekologiska bananer? *Ekolisa, Lisas miljöblogg*. <http://ekolisa.com/2012/09/07/varfor-ska-man-kopa-ekologiska-bananer/> [15-04-20]

Lisa (2013a, 21 maj). Ologiskt med o-ekologiskt. *Ekolisa, Lisas miljöblogg*. <http://ekolisa.com/2013/05/21/ologiskt-med-o-ekologiskt/> [15-04-22]

Lisa (2013b, 24 september). Oekologiskt – ge mig ett äpple utan gifter, tack! *Ekolisa, Lisas miljöblogg*. <http://ekolisa.com.preview.binero.se/tips-o-pyssel/oekologiskt-ge-mig-ett-apple-utan-gift-tack/> [15-03-29]

Lisa (2014, 30 januari). Mina #miljönyårsloften. *Ekolisa, Lisas miljöblogg*. <http://ekolisa.com.preview.binero.se/min-vardag/mina-miljonyarsloften/> [15-04-26]

Lury, C. (2011). *Consumer Culture*. 2. uppl. Cambridge: Polity Press.

Magnus (2015, 31 januari). Januaris blomkålssoppa. *Hållbara handlingar*. <https://hallbarahandlingar.wordpress.com/2015/01/31/januaris-blomkals-soppa/> [15-04-23]

Marie (2009, 30 november). Tio sätt att rädda planeten utan att vara rik. *Maries miljöblogg*. <http://mariekarlsson-marieyeah.blogspot.se/2009/11/tio-satt-att-radda-planeten-utan-att.html> [15-03-29]

Marie (2013b, 5 juni). Min balkongodling. *Maries miljöblogg*. <http://mariekarlsson-marieyeah.blogspot.se/2013/06/min-balkongodling.html> [15-05-26]

Marie (2014, 18 april). 100 tips för ett miljövänligare liv#26 Minskad konsumtion. *Maries miljöblogg*. <http://mariekarlsson-marieyeah.blogspot.se/2014/04/100-tips-for-ett-miljovanligare-liv-26.html> [15-03-29]

Markham, A. & Buchanan, E. (2012). Association of Internet Researchers. (AOIR). <http://www.aoir.org/reports/ethics2.pdf> [15-06-04]

Merrick, H. (2012). Promoting sustainability and simple living online and off-line: An Australian case study. *First Monday*. 17(12), (u.p).

Micheletti, M. & Follesdal, A. (2007). Shopping for Human Rights. An Introduction to the Special Issue. *J Consum Policy*. (30), ss. 167–175.

Nathan, L.P. (2012) Sustainable Information Practice: An Ethnographic Investigation. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 63(11) ss. 2254–2268.

Naturvårdsverket (2012). Matavfallsmängder i Sverige.  
<http://www.naturvardsverket.se/Nerladdningssida/?fileType=pdf&pid=11891&downloadUrl=/Documents/publikationer6400/978-91-620-8694-7.pdf> [15-03-27]

Per (2014, 21 oktober). 8 av 12 stavmixrar läcker gift till maten, här är listan! *Ekopappan*. <http://www.ekopappan.se/2014/10/21/8-av-12-stavmixrar-lacker-gift-till-maten-har-ar-listan/> [15-04-25]

Ritzer, G. & Jurgenson, N. (2010). Production, Consumption, Prosumption: the nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*. 10(1), ss. 13–36.

Ritzer, G., Dean, P. & Jurgenson, N. (2012). The Coming of Age of the Prosumer. *American Behavioral Scientist*. 56(4), ss. 379–398.

Rivano Eckerdahl, J. (2012). *Information, identitet, medborgarskap: unga kvinnor berättar om val av preventivmedel*. Diss. Lund: Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

Salmons, J. (2012). Designing and Conducting Research With Online Interviews. I *Cases in online interview research*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications, ss. 1–29.

Snickars, P. (2014). Information Overload. I Czaika, O, Nordin, J. & Snickars, P. (red.) *Information som problem: medieanalytiska texter från medeltid till framtid*. Lund: Mediehistoriskt arkiv. ss. 278–320.

Sofia (2014, 29 oktober). Höst i köksträdgården. *Hildas hem*.  
<http://www.hildashem.se/2014/10/host-i-kokstradgarden.html> [15-05-21]

Steiner, A. (2012). Läsarnas marknad, marknadens läsare: Reflektioner över litteraturens materiella villkor. I Carlsson, U. & Johannisson, J. (red.) *Läsarnas marknad, marknadens läsare: en forskningsantologi*. (SOU 2012:10) Stockholm: Kulturdepartementet. ss. 27–44.

Strid, A., Athanassiadis, I. & Bergman, Å. (2014). *Stavmixrar för den svenska marknaden kan kontaminera egentillagad mat med klorparaffiner*. Stockholm: Institutionen för material- och miljö kemi, Stockholms universitet.

Stier, J. (2012). *(Van)modernitet och identitet*. Lund: Studentlitteratur AB.

- Sundin, O. & Francke, H. (2009). In Search of Credibility: Pupils' Information Practices in Learning Environments. *Information Research: An International Electronic Journal*. 14(4), ss. 1–19.
- Sundin, O. & Francke, H. (2012). Negotiating the role of sources: Educators' conceptions of credibility in participatory media. *Library & Information Science Research*. 34(3), ss.169–175.
- Sveriges Konsumenter (2015). *Om oss*. <http://sverigeskonsumenter.se/> [15-04-12]
- Säljö, R. (2000). *Lärande i praktiken: ett sociokulturellt perspektiv*. Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.
- Säljö, R. (2005a). L.S. Vygotskij: forskare, pedagog och visionär. I Forssell, A. (red.) *Boken om pedagogerna*. 5. uppl. Stockholm: Liber. ss. 108–132.
- Säljö, R. (2005b). *Lärande & kulturella redskap: om lärprocesser och det kollektiva minnet*. Falun: Norstedts Akademiska Förlag.
- Säljö, R. (2014). *Lärande i praktiken: ett sociokulturellt perspektiv*. 3. uppl. Stockholm: Nordstedts Akademiska Förlag.
- Sörbom, A. (2005). *När vardagen blir politik*. Stockholm: Bokförlaget Atlas.
- Taylor, A. G. & Joudrey, D. N. (2009). *The organization of information*. 3. uppl. Libraries Unlimited: Westport.
- Thurén, T. (2005). *Källkritik*. 2. uppl. Stockholm: Liber.
- Thurén, T. & Strachal, G. (2011). *Källa: internet: att bedöma information utifrån källkritiska principer*. Malmö: Gleerup.
- Walker Rettberg, J. (2014). *Blogging*. 2. uppl. Cambridge: Polity Press.
- Wang, M. (2013). Public library blogs and elders' self-learning: a content analysis. *The Electronic Library*. 31(4), ss. 521–534.
- Widén, G & Holmberg, K. (2012). Introduction to social information research. I Widén, G. & Holmberg, K. (red.) *Social information research*. Bingley: Emerald. ss. 1–13.
- Wilson, P. (1983). *Second-hand knowledge: an inquiry into cognitive authority*. Westport: Greenwood Press.
- Wilson, T. D. (2006). 60 years of the best in information research: on user studies and information needs. *Journal of documentation*, 62(6), ss. 658–670.

# Bilagor

## Bilaga 1 Förteckning över bloggar

Huvudobjekt:

Karins miljöblogg

<http://www.karinsmiljoblogg.com/>

Lisas miljöblogg

<http://ekolisa.com/>

Maries miljöblogg

<http://mariekarlsson-marieyeah.blogspot.se/>

Mellan skog och gård

<http://mellanskogochgard.blogspot.se/>

Miljöbloggen

<http://miljobloggen.randler.se/>

Perifera objekt:

Ekopappan

<http://www.ekopappan.se/>

Hildas hem

<http://www.hildashem.se/>

Hippihäxan

<http://hippiahaxan.se/>

Hållbara handlingar

<https://hallbarahandlingar.wordpress.com/>

Miljön & vardagen

<http://miljonochvardagen.blogspot.se/>

Vardag i balans

<http://vardagibalans.blogspot.se/>



## Bilaga 2 Informationsbrev till informanter

Hej NN!

Vi heter Charlotta och Gabriella och studerar på ABM-programmet (Arkiv, biblioteks- och informationsvetenskap och museologi) vid Lunds universitet, med inriktning biblioteks- och informationsvetenskap.

Den här våren skriver vi vår masteruppsats. I uppsatsen undersöker vi hur information om mat kommuniceras på bloggar med miljöfokus. Vi vill även studera hur bloggarna använder sig av referenser och källor. Sociala medier är ett vanligt kommunikationsverktyg idag och sociala medier kan sägas utgöra ett gränssnitt mellan formell och informell kommunikation. Det gäller inte minst mat och miljö vilket gör att vi är intresserade av bloggar.

Din blogg är ett av våra tänkta studieobjekt och vi vill gärna få möjlighet att studera den närmare. Vi skulle vilja få veta hur du som skriver på bloggen resonerar kring information, källkritik och kommunikation kring bloggen. Skulle du vilja ställa upp på en intervju? Eftersom vi bor i Skåne ser vi online-intervju som ett smidigt alternativ och vi föreslår därför att vi gör den per e-post.

Vi bedömer att intervjun inte kommer att ta alltför lång tid. När vi i uppsatsen sedan refererar till intervjun kommer du självklart vara anonym, men vi kommer däremot nämna bloggarna vid namn. När vi återger citat kommer vi inte koppla enskilda citat till namn/blogg.

Vi gillar din blogg och hoppas att du vill ställa upp!

Med vänlig hälsning  
Gabriella Turic och Charlotta Åberg

Kontaktuppgifter: [xxx@xxx.xxx](mailto:xxx@xxx.xxx)<mailto:gabriellaturic@gmail.com>  
[xxx@xxx.xxx](mailto:xxx@xxx.xxx)<mailto:char.aberg@gmail.com>  
<mailto:char.aberg@gmail.com>

För mer information, kontakta vår handledare: Docent Jutta Haider, institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

[xxx@xxx.xxx](mailto:xxx@xxx.xxx)

## Bilaga 3 Intervjufrågor till bloggare

### Del 1: Om bloggen

Berätta om dig och din blogg!

Varför började du blogga, vad är syftet med bloggen?

Varifrån hittar du inspiration till dina bloggposter?

Läser du andra bloggar? Vilka?

Har du flera bloggar?

### Del 2: Om interaktion

Tror du det du skriver på din blogg faktiskt påverkar dina läsare? I så fall hur?

Vad betyder läsarna och interaktionen med dem för din blogg?

Vad betyder andra bloggare för din blogg?

Länkar du till andra bloggar, om ja varför?

### Del 3: Om källor

Vad använder du för källor när du skriver blogginlägg?

Hur resonerar du kring källkritik? (Vi vill veta hur du tänker kring källor du använder i din blogg? )

Har du ändrat ditt sätt att använda källor under tiden du bloggat? I sådana fall, på vilket sätt?

Hur ser du på självupplevd erfarenhet som tillförlitlig källa? (Exempelvis om du testat en produkt eller tjänst och skriver om dina upplevelser.)

På vilket sätt använder du dig av, och förmedlar, icke-digitala källor i din blogg?

## Bilaga 4 Påminnelsebrev

Hej NN!

Angående förfrågan om att delta i en intervju för en masteruppsats.

Din blogg är viktig för vår uppsats. Den är en av våra tänkta studieobjekt och vi är därför intresserade av dina personliga åsikter kring att blogga, interaktion och hur du förhåller dig till källkritik.

Vi bifogar våra frågor igen (del 1 av 3) och hoppas du har möjlighet att svara. Vi är hemskt tacksamma om du ställer upp!

Om du inte har tid eller lust att medverka längre har vi full förståelse för detta men ser gärna att du meddelar oss det så vi kan vända oss till någon annan.

Med vänliga hälsningar  
Gabriella & Charlotta  
ABM-programmet, Lunds universitet

## Bilaga 5 Bloggposternas teman och koder baserat på övergripande innehåll

### 1. Konsumtion

alternativ konsumtion  
online konsumentrörelse  
ekologiska val  
förändringsprocess  
konsumentmakt

### 2. Miljökampanj

Earth Overshoot Day  
#byttilleko  
miljövänliga veckan  
meat origin

### 3. Kött

ekologiskt kött  
vegan/vegetarian  
vego-recept  
minskad köttkonsumtion  
ursprungsmärkning  
debatt  
klimatpåverkan

### 4. Produktion

alternativ produktion  
klimatpåverkan  
miljöfarliga produkter  
säsong  
SLU-debatten  
odla själv

### 5. Hållbar livsstil

självhushåll  
produktion  
guide till ekologisk vardag  
klassfråga

### 6. Fisk

miljömärkning  
insamling

### 7. Matsvinn

recept

tips & information

8. Det som inte diskuteras  
naturens mat  
eko-rörelse  
etiska frågor

## Bilaga 6 Arbetsfördelning

De centrala delarna av litteraturen har vi båda läst, men delat upp vissa andra utifrån ansvarsområde. För att kommunicera vilken litteratur som läses har vi fört gemensam läsjournal i vilken detta tecknats ned. Vi har gemensamt sammanställt intervjufrågor och brev till informanter. Vi har haft gemensamt ansvar för att samla in material från bloggarna, men vi har haft huvudansvar för fem bloggar var och en av dem har vi delat på. Vi har delat upp skrivansvar för vissa områden i uppsatsen men korrekturläst, diskuterat och varit delaktiga i all text tillsammans. Överlag har vi haft ett öppet arbetsklimat där vi tagit tillvara på våra kompletterande kvalitéer.