

“Så som jag inte vill svika er
kan jag inte heller svika mig själv”₁

—

Influencers användning av YouTube för att kommunicera i fråga om psykisk ohälsa

Lunds universitet
Institutionen för kommunikation och medier
Medie- och kommunikationsvetenskap HT 2019

Cissela Larsson & Nadine Stofkoper

Handledare: Fredrik Miegel

Examinator: Fredrik Schoug

Abstract

Den här uppsatsen bygger på fallstudier av 17 YouTubevideor publicerade av fyra kvinnliga influencers med egna erfarenheter av psykisk ohälsa. Syftet är att undersöka kommunikationen som ett uttryck för en ökad benägenhet bland offentliga personer att utnyttjar sina sociala kanaler för att tala om personliga upplevelser och hur detta påverkar diskursen kring psykisk ohälsa. Materialet har granskats genom en kvalitativ innehållsanalys, med fokus på såväl innehåll som hur dess betydelse kan förstås i ett större sammanhang. Foucaults diskursteori och hans förståelse för det avvikande, Goffmans begrepp stigma och hans metafor för verkligheten som en teater och Meyrowitz vidareutveckling av teatermetaforen för att förstå hur medieutvecklingen kommit att förena situationer och förändra beteende har varit centrala för att förstå det YouTubebaserade samtalets möjlighet att påverka diskursen i fråga om psykisk ohälsa. Vidare har Baumans begrepp bekännelsekultur fungerat som verktyg för att tolka valda videor som uttryck för en övergripande tendens att bli mer inbjudande samt dess innebörd för diskursen.

Analysen visar att influencers har potential att bidra till en faktisk diskursförändring. Genom att delge sina personliga erfarenheter av psykisk ohälsa utmanas bilden av psykisk ohälsa som avvikande och som en motsats till normen, och en mer konstruktiv förståelse kan spridas. Den ökade benägenheten att vara mer personliga har därmed stor potential att verka som en diskursiv brytpunkt, trots att studien påvisar en överhängande risk för att trenden ska resultera i att psykisk ohälsa kommersialiseras och trivialiseras. Att erkänna det offentliga bekännandet som medel för diskursförändring medför en större möjlighet att förstå och nyttja bekännandet för att förmedla en mer konstruktiv och sympatisk förståelse för psykisk ohälsa såväl som för andra tabubelagda frågor.

Nyckelord: psykisk ohälsa, sociala medier, YouTube, influencer, diskurs, Bauman, bekännelsekultur

Titel: "Så som jag inte vill svika er kan jag inte heller svika mig själv"
– Influencers användning av YouTube för att kommunicera i fråga om psykisk ohälsa

Författare: Cissela Larsson & Nadine Stofkoper

Institutionen för kommunikation och medier, Lunds universitet HT 2019

Antal tecken: 91.655

Innehållsförteckning

Inledning	1
Syfte och frågeställningar	2
Forskningsöversikt	3
Mediernas roll i frågan om psykisk ohälsa	3
En videogemenskap	4
Stigmatiserade frågor på Youtube	5
Vårt bidrag	6
Metod	7
Kvalitativ innehållsanalys	7
Urval och material	8
Alexandra Nilsson	9
Bianca Ingrosso	9
Therése Lindgren	9
Lisette Alfredsson	10
Tillvägagångssätt	10
Teoretiska utgångspunkter	11
Psykisk ohälsa som diskurs	11
Stigmatisering avseende psykisk ohälsa	12
Vardagslivets dramatik	12
Tendensen att vara alltmer personlig	13
“Så som jag inte vill svika er vill jag inte heller svika mig själv”	14
“Gud, det här var verkligen inte hur den här vloggen skulle börja”	14
Bekännelsen som en själslig rening	17
Det mer informativa bekännandet	18
Gränslandet mellan privat och offentligt	21
Om/när privat blir offentligt	26
Identifikation som grund för att förändra diskursen	27
“Det är tack vare er som jag har fått styrkan”	31
Bekännelsens påverkan på diskursen	33
Bekännelsekulturen som en diskursiv brytpunkt	35
Referenser	37
Empiriskt material	40
Bilagor	43
Kort beskrivning av valda videor	43

¹ Bianca Ingrosso (2019c). *Q&A - VAD TJÄNAR JAG I MÅNADEN? HUR MYCKET KOSTADE MIN LÄGENHET? HAR MIN BULIMI KOMMIT TILLBAKA?*

Inledning

Den psykiska ohälsan i samhället ökar. I Sverige ligger psykisk ohälsa bakom hälften av alla sjukskrivningar (Moln 2019, Blomberg 2019, Försäkringskassan 2017). Mestadels rör det sig om stress, ångest och depression som förorsakats av påfrestningar från omgivningen. Stressen kan exempelvis härstamma från det överhängande prestationskrav som upplevs av många i vårt samhälle, och som kan leda till känslor av skam, ofullständighet, självkritik och låg självkänsla. Många menar att sociala medier har bidragit till perfektionskravets utbredning (Nyström 2019, Jerngren 2018, Tisell 2018, TT 2018). Tesen understöds av forskning som bekräftar att det generella receptet för att som kvinna lyckas på sociala medier är att presentera just en välpolerad, ambitiös och livad bild av sig själv och sitt liv (Berryman & Kavka 2018:86). Tendensen är särskilt framträdande hos unga, som generellt har blivit allt mer måna om att presentera en önskvärd bild av sig själva (Gardner & Davis 2013); positiva sidor framhävs, medan sådant som betraktas som "negativt" gärna utelämnas. Sociala medier som fenomen medför större möjligheter än någonsin att skapa sig ett fördelaktigt jag genom medveten (online)framställning av sig och sitt liv (Platz 2017:67f). Det är lätt att förstå att utmärkande positiv representation av jaget kan utmynna i ett tilltagande perfektionskrav.

Samtidigt som perfektionskravet kan ge upphov till psykisk ohälsa uppfattas sådan ohälsa ofta bryta mot normen för hur individer "ska" och vill vara. Likväl har antalet rapporterade fall av psykisk ohälsa ökat kraftigt sedan 1980-talet (Bris 2019, Folkhälsomyndigheten 2018). Ökningen är som allra störst bland barn och unga vuxna, och i synnerhet bland unga kvinnor (Folkhälsomyndigheten 2019, MacLean m. fl. 2017). Längre har psykisk ohälsa varit förknippat med skam (Foucault 2010). Detta är kanske föga förvånande med tanke på valmöjligheten att undanhålla sina skamfyllda beteende och brister bakom en välpolerad och närmast perfekt fasad - en möjlighet som har intensifierats i och med sociala medier. På senare tid har det dock hänt något med samtalet i vissa sociala mediekanaler; en del personer med stor följarskara har initierat samtal kring psykisk ohälsa. Vi har bland annat sett det hos Sveriges största svensktalande YouTuber Therése Lindgren, vars ärliga och sårbara reflektioner har gjort att hon ofta benämns som en förebild (Mastberg 2017). Hennes YouTubekanal är långt ifrån dedikerad till ämnet, men hon har under det senaste åren lyft frågan vid ett flertal tillfällen. Under det gångna året har vi även sett Alexandra Nilsson, som under perioder varit Sveriges största bloggare, och Bianca Ingrosso,

en av Sveriges just nu mest framgångsrika influencers, nyttja sina YouTubekanaler till att prata om psykiska ohälsa. Även mer kreativt orienterade YouTubers, såsom makeupartisten Lisette Alfredsson, har belyst ämnet. Både Lindgren, Nilsson, Ingrosso och Alfredsson har många följare och en stor räckvidd, framförallt bland unga kvinnor. Samtidigt är de individer, och som individer delar de samma samhällsstrukturer som sina följare. En sådan samhällsstruktur är synen på psykisk ohälsa. Den gängse synen på psykisk ohälsa har varit skamfylld, något man inte talar om. Detta fick oss att fundera över hur YouTube kan användas för att tala om psykisk ohälsa, vad drivkraften för att tala om psykisk ohälsa kan vara och vilken effekt ovan nämnda videor får på diskursen i fråga.

Syfte och frågeställningar

Föreliggande studie syftar till att undersöka tongivande influencers² kommunikation i fråga om psykisk ohälsa. Intresset ligger i att förstå kommunikationen som ett uttryck för en övergripande tendens att tala mer öppet om frågor som tidigare varit att betrakta som privata. Mer specifikt studeras den kommunikation som sker genom videor som personerna själva laddat upp på sina YouTubekanaler, med fokus på såväl videornas innehåll som hur de kan förstås i förhållande till sitt sammanhang. Framförallt riktas uppmärksamheten mot vad influencers skildring av psykisk ohälsa kan innebära för diskursen kring psykisk ohälsa. För att undersöka detta tar vi hjälp av två vägledande frågeställningar:

- Hur kan samtalet förstås som ett uttryck för en ökad benägenhet bland inflytelserika personer att nyttja sina sociala kanaler till att tala om personliga företeelser?
- Vad innebär användargenererade YouTubevideor för diskursen kring psykisk ohälsa?

² Vi har valt att benämna valda profiler - Therése Lindgren, Bianca Ingrosso, Alexandra Nilsson och Lisette Alfredsson - som influencers. Vi är medvetna om att vissa kulturer tenderar att tillskriva termen influencers en negativ innebörd. Att vi trots det valt att använda oss av epitetet influencers beror på att det är den term som mest korrekt betecknar valda personer som en övergripande kategori, obeaktat en eventuellt negativ karaktär.

Forskningsöversikt

Mediernas roll i frågan om psykisk ohälsa

Forskning visar att individer tenderar att vända sig till sociala medier för att söka vård för sina psykiska hälsoproblem, såväl som för att minimera känslan av isolering, söka stöd och dela sina personliga upplevelser med andra (Sangeorzan m. fl. 2019, Fergie, Hunt & Hilton 2016, Naslund m. fl. 2014). Detta gäller särskilt om individen är 35 år eller yngre (Lam, Tsiang & Woo 2017:820f). Samtidigt uppvisar samtal i sociala medier tecken på att sjukdomar med mer osäkra bakomliggande orsaker behandlas som mer stigmatiserade än fysiska sjukdomar (Robinson m. fl. 2018). Detta är problematiskt eftersom mediernas skildring kan komma att påverka mottagarens framtida förståelse för och syn på psykiska sjukdomar (Wahl 1997), varigenom missuppfattningar kan spridas och stigmatisering upprätthållas (Lam, Tsiang & Woo 2017:821f, Lo, Esser & Gordon 2010:545). Ofta beror stigmatiseringen på bristfällig kunskap kring ämnet. Däremot är forskningen entydig om att personlig erfarenhet och mer kunskap om psykisk ohälsa motverkar stigmatisering (Robinson m. fl. 2018:51, Birch 2012:247). Därför finns det anledning att tro att personliga videor som ger uttryck för självupplevda händelser kan bidra till en mer lämplig diskurs i frågan.

Kampanjer i sociala medier som verkat för att lyfta fram mentala hälsoproblem har genom forskning visat sig ge en liten men signifikant positiv effekt på mottagarens attityd i frågan även ett år efter exponeringen (Livingston m. fl. 2014:990). Effekten kan bli än större om det rör sig om användargenererat innehåll, eftersom det genererar en förhöjd tillit till avsändaren och en större förståelse för upplevelsen (Fergie, Hunt & Hilton 2016:52f, Goddman m. fl. 2011). Vidare visar studier att användargenererat innehåll ofta framstår som mer sympatiskt och verklighetstroget, vilket gör det mer lättillgängligt (Wong, Stevenson & Selwa 2013). Därigenom kan det verka som stöd för unga människor som känner sig isolerade eller stigmatiserade till följd av mental ohälsa. Därför är det rimligt att anta att just användargenererat innehåll kan bidra till en positiv förändring i fråga om fördomar, kunskap och stigmatisering kring psykisk ohälsa, förutsatt att innehållet bygger på viss kunskap.

En videogemenskap

Videobloggar - blogginlägg i videoformat - är utmärkande för YouTube (MacLean m. fl. 2017:794). Videobloggar eller (hädanefter) vloggar är ofta bekännande och intima, med ett visuellt fokus på ansiktet och ett retoriskt jag-till-dig-tilltal. Formatet känns igen på det framställda behovet av att vara öppen, ärlig och autentisk (Humphrey 2018:226). Enligt forskning är just det upplevda behovet av äkthet och öppenhet det vanligaste skälet till att publicera videor i fråga om psykisk ohälsa, nära följt av ett behov av stöd alternativt en önskan från avsändarens sida om att hjälpa andra i liknande situation (Humphrey 2018:233). Personliga videor som bekänner affektbetonade företeelser verkar alltså ofta hjälpande både för den individ som publicerar videon och för dess tittare (Sangeorzan m. fl. 2019:423f).

Alla som har tillgång till en enhet med internet har möjlighet att göra sig bekantskap med personen framför kameran, varför vloggen och videor av närliggande YouTube-genre kan sägas sakna rumsliga, sociala och temporära gränser. Detta ger upphov till "collapsed context", och dynamiken mellan celebriteten och publiken förändras (Strangelove 2010). Avsaknaden av tydliga gränser kan göra att publiken upplever sig känna den offentliga personen och därför anse sig ha rätt till öppenhet och ärlighet. Samtidigt kan publiken känna sig mer benägen att själv vara öppen. Därtill reducerar den skärm som avgränsar tittaren från den offentliga personen den risk och oförutsägbarhet som är förenad med interaktion ansikte mot ansikte. Därmed blir internet till en trygg plats för den som annars räds av social kontakt i samband med affektbetonade samtalsämnen och uppvisad svaghet (Bauman 2008:23ff). Att bilder upplevs som en direkt avspegling av verkligheten (Bauman 2007:27) i kombination med tittarens upplevelse av att ta del av majoriteten av influencers liv leder till att publiken tenderar att lita mer på influencern (Humphrey 2018:233). Denna förståelse för relationen mellan den offentliga personen och dess publik är grundläggande för att förstå hur personliga videor eventuellt kan påverka diskursen kring psykisk ohälsa.

Samtidigt som publiken tenderar att lita på influencern måste hon förstås som en potentiell förebild. Influencers liknas närmast vid TV-personligheter - en kategori vars livsstil många ser upp till. Idag är unga vuxna mer benägna att hitta sina förebilder i just TV-program eller andra audiovisuella medier än i sin familj eller direkta omgivning (Gardner & Davis 2013:72). En anledning till det tros kunna vara att dessa personligheter förkroppsligar en glamorös självcentrerad livsstil som ger en direkt bekräftelse utan större personlig

ansträngning. Detta kan innebära en ökad möjlighet för influencern att faktiskt påverka mottagarens förståelse för och diskursen kring psykisk ohälsa.

Stigmatiserade frågor på Youtube

YouTube som medel för att söka och få stöd är särskilt verksamt när det gäller stigmatiserade frågor eftersom plattformen ger användare som upplever sig stigmatiserade möjlighet att själv skapa och att ge direkt respons på anknytningsinnehåll (Wong, Stevenson & Selwa 2013:247). Mycket följer av kommentarsfältet, som ger tittaren möjlighet till anknytning, förtröstan och gemenskap (Naslund m. fl. 2014:4). Samtidigt kan individer uppmuntras våga söka hjälp. Är innehållet dessutom publicerat av personer som själva drabbats psykisk ohälsa - som i vårt fall - har YouTubevideor visat sig bidra till avmystifiering och humanisering, snarare än dehumanisering av drabbade individer (Wong, Stevenson & Selwa 2013:250).

För individer med epilepsi - ett ämne som likt psykisk ohälsa ter sig stigmatiserat - har YouTube inneburit en ökad möjlighet att göra sin röst hörd. Plattformen ger människor möjlighet att få kontroll över vad en anonym publik ser och förstår kopplat till sjukdomstillståndet (Kerson 2012:940). Därigenom kan YouTubevideor enligt tidigare forskning ge de insikter och den förståelse som behövs för att mildra och navigera genom det kulturella stigma som ofta finns kopplat till epilepsi och psykiska sjukdomar (Woo, Lam, & Kung 2018). På samma sätt torde de videor som utgör vårt material kunna öka tittarens förståelse till en nivå som krävs för att navigera genom och eventuellt utmana stigmat.

De influencers som publicerar vloggar som berör ämnet psykisk ohälsa utmanar idén om sociala medier som ett ändlöst arkiv av positiv självdokumentation. Generellt sett bygger personliga YouTubevideor om psykiska ohälsa på uttryck av negativa känslolägen alternativt att de verkar för att öka medvetenheten om verkligheten genom personliga berättelser om hur det är att leva med ångest och annan psykisk ohälsa (Berryman & Kavka 2018). Gemensamt för denna typ av videor är att retoriken ofta ter sig motstridig; det framställs ofta krävas bekännelse för att individen ska kunna gå vidare, samtidigt som den psykiska ohälsan framställs som skambelagd, oönskad, tabubelagd och som kontroversiell att samtala öppet om (Platz 2017). Samtalet kan leda till att fler integrerar en skam och självstigmatisering förknippad med ämnet och därför väljer att dölja tillståndet. Därför är det viktigt att studera hur den psykiska ohälsan skildras och hur diskursen i fråga ser ut.

Kraften i videor som berör psykisk ohälsa ligger enligt tidigare forskning i dess autenticitet och bekräftelse av äkthet, erbjudandet av (själv)terapi och dess möjlighet att stärka banden mellan den offentliga personen och hennes följare (Berryman & Kavka 2018:87). Forskningen menar att autenticitet är central för att de negativa affektionerna ska kunna generera ett positivt utfall. Genom att se hur autenticiteten stöttar produktiviteten hos de negativa affektiva arbetet - genom att tillföra en känsla av att det som delges är "riktigt" och "verkligen kan hjälpa andra" - kan vi förstå upplevelsen av autenticitet som betydelsefull. Genom att ge uttryck för autenticitet skapas det "intima utrymme" som lägger grunden för känslomässig kontakt (Berryman & Kavka 2018:90). Härigenom kan vi förstå hur influencers potentiellt tudelade känslor och varför hon beslutar sig för att vara personlig - i hopp om att hjälpa tittarna - trots eventuell upplevd ångslan. För att kunna skapa en gemenskap är det direkt nödvändigt att den offentliga personen exponerar sina egna känslor och upplevelser, trots att exponeringen i sig kan ha en negativ inverkan på hennes mående.

Vårt bidrag

Som framgått ovan finns det en hel del forskning i fråga om den potentiella effekten av att ägna mer medieutrymme åt att tala om psykisk ohälsa. Forskningen är huvudsakligen inriktad på att studera huruvida ett stigma föreligger och vad medier i allmänhet och YouTube i synnerhet kan innebära för den stigmatiserade individen i fråga. Vad som däremot inte studerats mer ingående är hur nutida samtal i frågan om psykisk ohälsa kan förstås som ett uttryck för en tendens bland offentliga individer att exponera mer av sina privata känsloupplevelser. Hur förhåller sig influencers som talar om psykisk ohälsa till å ena sidan perfektionskravet och å andra sidan det upplevda kravet om autenticitet och öppenhet, och hur påverkar det offentliga samtalet gränsen för vad som är att betrakta som offentligt respektive privat? Vad kan de användargenererade videor som ger uttryck för personliga upplevelser innebära för diskursen kring psykisk ohälsa? Därtill saknar vi forskning som undersöker samtal på YouTube gällande stigmatiserade frågor i en svensk kontext.

Metod

Denna uppsats bygger på en fallstudie av offentliga personers YouTubevideor i fråga om psykisk ohälsa. Materialet analyseras med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys och utifrån en hermeneutisk utgångspunkt. Genom den hermeneutiska utgångspunkten kan vi uppnå en djupare förståelse för dessa videos mening och budskap (Østbye m.fl. 2004:62). Den hermeneutiska spiralen som appliceras vid tolkning av filmerna medför att vi ser till vardera videos helhet och dess sammanhang parallellt med att vi tillgodogör oss videons delar. Detta ger oss underlag för en kvalificerad helhetsförståelse för den kultur dessa videor ger uttryck för och stigmatisering samt diskurs i fråga om psykisk ohälsa (Esaiasson m.fl. 2012:223).

Kvalitativ innehållsanalys

Kvalitativ innehållsanaly är en typ av textanalys som tar avstamp i en konstruktivistisk tradition, vilket implicerar att mening skapas intersubjektivt och i samspel mellan text, kontext och läsare (Ledin & Moberg 2019:194f). Intresset ligger i att förstå hur texten producerar mening, och i vårt fall innefattar det den mening som skapas genom influencers videor om psykisk ohälsa. Valda videor kan skapa mening både genom influencerns direkta uttalanden, och genom omgivning, struktur och den kontexten i vilken videorna uppkommit.

Genom innehållsanalysen antar vi ett kritiskt förhållningssätt till vårt material, för att genom aktiv och intensiv läsning synliggöra underliggande innebörder och finna mönster (Esaiasson m.fl. 2017:211, Østbye, 2004:64ff). Texten ses som en helhet, samtidigt som vissa delar är av större betydelse än andra (Esaiasson m.fl. 2017:211). Vårt material utgörs av videor som på olika sätt och i olika omfattning berör psykisk ohälsa. Materialet granskas kritiskt i syfte att utläsa såväl klart uttalade budskap som underliggande meningar och omkringliggande faktorer som kan påverka innebörden i det kommunicerade videomaterialet.

Med utgångspunkt i den kvalitativa innehållsanalysen ställs frågor på olika nivåer (Ledin & Moberg 2019:195, Esaiasson m.fl. 2017:212). Frågorna rör vad som händer i texten, det innehåll, budskap, normer och värderingar som förmedlas samt hur detta görs. Frågorna kommer att studeras som uttryck för en ökad benägenhet bland framstående personer att nyttja sina sociala kanaler till att tala om personliga företeelser, samtidigt som vi utifrån svaren söker förståelse för diskursen kring psykisk ohälsa. I vilken mån valda videor utmanar rådande normer och diskurser i fråga om psykisk ohälsa är av betydelse. Då texter

skapas i en social kontext studeras även videons relation till sitt sammanhang och omgivande sociala regler samt dess relationsbyggande till tittaren (Ledin & Moberg 2019:195).

Den kvalitativa innehållsanalysens styrka ligger i dess möjlighet att synliggöra mer generella diskurser och ideologier, beforska textens meningsskapande uttryck, effekt och funktion och att blottlägga underliggande normers existens och innehåll (Ekström & Johansson 2019:18, Esaiasson m.fl. 2017:211f). Metoden kan frambringa meningsfulla insikter, inte i textens eventuella sanningshalt, utan i vilka idéer och social praxis som är styrande i den specifika kontexten. Därför är textanalysen lämplig som metod för att tolka vårt empiriska material och deras förhållande till diskursen i fråga.

Urval och material

Det empiriska materialet har valts utifrån ett strategiskt urval. Valda influencers har bedömts som relevanta för studien utifrån kriterier som att personen själv varit drabbad av psykisk ohälsa, att hon lyfter ämnet på sin YouTubekanal och att hon har en betydande följarskara. Studien är begränsad till kvinnor eftersom det är där den psykiska ohälsan är som störst (Folkhälsomyndigheten 2019). Med det sagt har vi valt att fokusera på fyra svenska kvinnliga influencers: Therése Lindgren, Bianca Ingrosso, Lisette Alfredsson och Alexandra Nilsson.

Studiens valda influencers delar en liknande förståelse för sina YouTubekanaler som ett potentiellt forum för att uttrycka stunder av känslomässigt överskott och sårbarhet. Samtidigt är själva handlingen att visa sårbarhet inte valda offentliga personers primära fokus, utan samtliga personers främsta åtagande är att publicera tämligen polerade videor i enlighet med YouTubes oskrivna men inflytelserika positiva ideal. Samtal kring psykisk ohälsa utgör alltså en ytterst liten del av materialet på kanalerna, vilket vi funnit betydelsefullt. Det sätt som valda influencers introducerar psykisk ohälsa gör ämnet mer tillgängligt för en bredare publik. Därigenom har personerna möjlighet att nå ut till och möjligen utbilda tittare som primärt följer influencern på grund av andra gemensamma intressen såsom smink eller mode. Att valda personligheter har olika stor följarskara är underordnat i förhållande till studiens syfte.

Eftersom kanalerna har en övervägande energifylld ton har varje video valts strategiskt. Kravet vid videoval har varit att videon ska beröra eller ge uttryck för psykisk ohälsa, att videon är publicerad på influencerns egen kanal och att den är nyare än fem år.

Detta har fått oss att landa i 17 stycken YouTubevideor som på olika sätt belyser aspekter av psykisk ohälsa. En komplett lista över valda videor återfinns under rubriken “Empiriskt material” i referenslistan. Urvalet består av videor av olika genrer, däribland vloggar, “GRWM” (“get ready with me”), “draw my life” och frågestunder. Samtliga videor delar en inbyggd obalans vad gäller synligheten; influencern är framträdande, både kroppsligt och i fråga om känslor och bekännande, medan tittarens roll är mer dold. Av det följer att influencerns namn är nära knutet till hennes närvaro online. Därför förutsätter analysen en grundläggande förståelse för valda individer.

Alexandra Nilsson

Länge låg Nilsson (28 år) i topp som Sveriges största bloggare. Hennes YouTubekanal skapades i januari 2009 och har idag 143 tusen prenumeranter (Nilsson 2019). Nilsson har en historia av anorexi som utmärker sig genom att den både uppkom och utvecklades under allmänhetens uppsyn. Insjuknande såväl som tillfrisknande har skett i det offentliga rummet.

Bianca Ingrosso

Ingrosso (25 år) återfinns på Medieakademiens mätning över mäktigast på sociala medier år 2019 (Medieakademin 2019). Hennes YouTubekanal startades i november 2016, och har i dag 316 tusen prenumeranter (Ingrosso 2019). Kanalen har en livsstilskaraktär, ofta med stort fokus på mode och skönhet. I slutet av 2015 berättade Ingrosso att hon kämpat med bulimi sedan tidiga tonåren (Andersson 2015). Två år senare publicerar hon ett blogginlägg som signalerade om utmattningsdepression till följd av stress (Ingrosso 2017).

Therése Lindgren

Medieakademiens lista över de svenskar som varit mest inflytelserika och haft störst makt på sociala medier under föregående år toppades år 2019 av Lindgren (Medieakademin 2019). Lindgren (32 år) startade sin YouTubekanal i oktober 2011 (Lindgren 2019). Vid denna tidpunkt var hon sjukskriven för depression och panikattacker, och YouTube blev hennes terapi och tidsfördriv (Mastberg 2017). Inledningsvis var kanalen inriktad mot skönhet och smink, men idag är den mer av en livsstilskanal. Utöver att emellanåt nyttja sina sociala kanaler till att prata om sin ångest, panikattacker och depression gav hon år 2016 ut boken

”Ibland mår jag inte så bra”. Lindgren passerade nyligen en miljon prenumeranter (YouTube 2019), vilket gör henne till Sveriges största svensktalande YouTuber.

Lisette Alfredsson

Alfredssons (31 år) YouTubekanal skapades i januari 2011 och har idag 81 tusen prenumeranter (Alfredsson 2019). Hon är den av valda YouTubers som har minst följarskara, men hon är också den som mest uttryckligen formulerar att “ingenting ska vara förbjudet att prata om!” (Alfredsson 2019). Alfredsson började ta antidepressiva som 22-åring (Alfredsson 2019b). Tre år därefter blev hon utbränd till följd av “jobbrelaterad och ouppklarad inombordslig stress” (Alfredsson 2019a). Alfredsson är utbildad makeupartist, och i dagsläget är YouTube hennes största inkomstkälla (Alfredsson 2019a). Kanalens huvudsakliga fokus är kreativa företeelser såsom smink, konst och musik (Alfredsson 2019).

Tillvägagångssätt

De 17 videor som valts analyseras utifrån studiens empiriska frågeställningar, detta med hjälp av en kvalitativ innehållsanalys. En sammanfattning av dessa videor återfinns som bilaga. Valda videor synas, och de delar som är betydande i förhållande till studiens syfte genomgår en aktiv och intensiv läsning. Materialet analyseras som ett fall, varför analysen följer en tematiskt struktur. Det resultat som framkommer genom analysen presenteras löpande. Fokus ligger genomgående på att förstå vårt material som autentiska uttryck för känslor för att tolka dess eventuella inverkan på diskursen kring psykisk ohälsa. Det resultat som framkommer diskuteras i en större kontext för att belysa generella tendenser och understryka studiens vikt.

Teoretiska utgångspunkter

Studien syftar till att undersöka influencers YouTubebaserade kommunikation i fråga om psykisk ohälsa som ett uttryck för en ökad benägenhet att samtala offentligt om personliga upplevelser, och vad samtalet kan innebära för diskursen kring psykisk ohälsa. För att förstå, beskriva och tolka detta kommer vi att använda oss av Michel Foucaults diskursteori och hans förståelse för det avvikande, Erving Goffmans metafor för verkligheten som en teater, Efrat Tseëlon tillämpning av Goffmans teori för att förstå kvinnans självrepresentation, Joshua Meyrowitz förståelse för hur medietvecklingen kommit att förena situationer och förändrar strukturer och beteende samt begreppet stigmatisering. Zygmunt Baumanns begrepp bekännelsekultur kommer att användas för att tolka valda videor som uttryck för en övergripande tendens att bli mer inbjudande samt dess innebörd för diskursen kring psykisk ohälsa. Nedan följer en beskrivning av de teoretiska utgångspunkterna och deras roll i förhållande till vår uppsats.

Psykisk ohälsa som diskurs

Diskurser utövar inflytande genom att upprätthålla vår förståelse för verkligheten utifrån representativ ordning (Foucault 1993:35). De fyller sin funktion i samhället genom att kontrollera, organisera och fördela makt, och bemästra slumpmässighet (Foucault 1993:7). Diskursen kring psykisk ohälsa är viktig att belysa eftersom den påverkar vår förståelse för och sätt att förhålla oss till ämnet. Samtidigt är diskurser dynamiska och i ständig förändring utifrån praktik och samtal, varför influencers har stor möjlighet att påverka diskursen.

Diskurser både manifesterar och döljer olika aspekter av vår förståelse för vår omvärld, och därför kan diskurser sägas fungera som utestängningsprocedurer (Foucault 1993). Förståelsen för diskurser som utestängningsprocesser synliggör diskursens struktur och ordning och dess inneboende potential att begränsa individers tal och hindra alternativa diskurser från att träda fram. Det som tillhör "normen" blir framstående genom diskursen, medan "det andra" i förhållande till det normerande i fråga om psykisk ohälsa tystas genom diskursens utestängningsprocedurer ner. Detta ger oss en större förståelse för diskursen kring psykisk ohälsa och hur den kan upprätthållas alternativt utmanas.

Stigmatisering avseende psykisk ohälsa

Genom rådande diskurs skildras psykisk ohälsa som avvikande från normen, vilket medför att påverkade individer stigmatiseras. Stigmatiseringen följer av att människor delas in i kategorier utifrån samhällets idé om vilka egenskaper som är att betrakta som "vanliga" och "naturliga" (Goffman 2014:10). Kategoriseringen sker tämligen omedvetet, och det är först när någon bryter mot normen som en blir varse om föreställningen. Diskursen gör att den psykiskt sjuka individens faktiska identitet undermineras medan omgivningens uppfattning av individen som "psykiskt sjuk" får starkare fäste. Resultatet blir att den drabbade individen utpekas och kategoriseras utifrån sin sjukdom, varpå individen stigmatiseras - nedvärderas och diskrimineras - av såväl samhället som av sig själv (Goffman 2014:28). Upplevelsen av skamkänslor, obehag och lidande kopplat till att öppna upp sig om sin psykiska ohälsa påvisar dess stigmatisering såväl som en reell destruktiv diskurs i frågan.

Vardagslivets dramatik

Likt diskursteorin bygger Goffmans teori på en idé om att människors agerande är beroende av dess kontext såväl som av vad som förväntas av dem. I enlighet med Goffmans metafor för att förstå människors sociala spel kan verkligheten liknas vid en teater, där individer antar situationsbestämda roller (Goffman 2009). Först när individen har definierat den sociala situationens natur och publik har hon möjlighet att inta den roll och det handlingsmönster som är en del av specifik situation (Goffman 2009:35). Teatermetaforen särskiljer framträdandet på scen, den främre regionen, från individens agerande i den bakre regionen. Framträdandet i den främre regionen styrs ofta av rådande normer och diskurser, medan den bakre regionen utmärker sig som en plats där individen kan vara sig själv utan att känna sig tvingad att upprätthålla en viss fasad eller vissa uttryck (Goffman 2009:97ff). Det som är benäget att stigmatiseras och som gestaltas som "det andra" i förhållande till det normerade förväntas hållas i den bakre regionen. I och med ett ökat delgivande av personliga berättelser och erfarenheter i olika medier har det blivit allt svårare att fastställa ett ramverk för det sociala livets roller och att särskilja vad som utgör främre respektive bakre regionen (Meyrowitz 1985:2f). Många samtalsämnen som tidigare hölls i den bakre regionen, såsom sex och droger, har på senare år kommit att framföras på scen. Denna utveckling går att spåra till 1960-talets utbredda teknikutveckling och omorganisering av sociala miljöer (Meyrowitz

1985:52). En liknande och eventuellt än mer extrem omorganisering håller på att ske i detta nu, och här spelar offentliga personers YouTubevideor i fråga om psykisk ohälsa en betydande roll. För att förstå denna utveckling vänder vi oss till Meyrowitz (1985) förståelse för hur medier kombinerar situationer och förändrar strukturer och rollbeteende.

Kvinnan är under hårdare bedömning än mannen, eftersom det sker en strukturell objektifiering av kvinnan (Tseëlon 1998:98). Detta har gjort att kvinnan införlivat en starkare självmedvetenhet än mannen (Tseëlon 1998:13). Kvinnan tvingas leva som en motsägelse eftersom hon tillskrivs roller som är omöjliga att leva upp till, såsom att hon förväntas vara både socialt osynlig och ett objekt för beskådning och bedömning (Tseëlon 1998:75f). Att känna sig observerad och utförd i ljuset har internaliserats till en del av kvinnans jaguppfattning, vilket resulterar i en ambition om att imponera på andra genom att presentera en tillrättalagd bild av sig själv. Tseëlon teori hjälper oss att förstå den dubbeltydighet som förekommer i materialet och medför en förståelse för dessa influencers handlande.

Tendensen att vara alltmer personlig

Diskursteorin hjälper oss att tolka människors förståelse för psykisk ohälsa, medan begreppet stigma krävs för att resonera kring diskursen i fråga. Diskursen synliggörs genom att studera själva samtalet, för vilket Baumans begrepp bekännelsekultur kommer väl till användning.

Den kommunikation som vårt material består av kännetecknas av offentliga personers ökade benägenhet att nyttja sina sociala kanaler för att yttra sig om personliga företeelser, vilket går att se som ett uttryck för en bekännelsekultur. Bekännelsekulturen utmärker sig som en förväntan om och närmast ett krav på att den offentliga individen ska exponera det som tidigare sågs som en del av människans mest intima och inre liv (Bauman 2008:10, Bauman 2000:37f). Kulturen gör exponeringen på den offentliga scenen till en offentlig dygd och skyldighet. Begreppet tillför analysen en förståelse för vad som driver fram influencerns handlande. Bauman är dock kritiskt inställd till bekännelsen som kultur. Han menar att bekännelsekulturen verkar för att göra individers liv mer säljbara, och att den bidrar till att orimligt stor vikt läggs vid den enskilda individens privata bekymmer och liv. I analysen kommer vi att ompröva Baumans förståelse för bekännelsekulturen som nedsättande, för att eventuellt se hur den kan fylla en viktig funktion.

”Så som jag inte vill svika er vill jag inte heller svika mig själv”³

”Gud, det här var verkligen inte hur den här vloggen skulle börja”⁴

Ansiktet i fokus, huvudet vilandes i handen och mascararester på kinderna - så inleds en av Ingrossos vloggar. ”Gud, det här var verkligen inte hur den här vloggen skulle börja” säger hon, medan hon snörvlar som en efterreaktion på gråt (Ingrosso 2019a). Ingrosso berättar att hon precis fått en panikattack som ett resultat av att det varit ett par tuffa dagar. Samtidigt påpekar hon sina glansiga ögon och mascaran som runnit ner för hennes kinder. Det som syns av Ingrossos överkropp antyder att hon bär en löst sittande huvtröja. Även Lindgren bär en oversized hoodie när hon i en vlogg vänder sig direkt till kameran och sina tittare för att bekänna att hon på senare tid känt ett mörker inom sig, att hon tappat orken att kliva ur sängen och att de tidigare panikattackerna börjat komma tillbaka (Lindgren 2017a). Lindgren har märkbart gråten i halsen, och flera gånger behöver hon hålla igen för att inte brista ut i gråt. Nilsson är inte fullt lika ingående när hon, iklädd mjukiskläder och utan smink, berättar att våren kantats av panikångestattacker, tårar och ospecificerad ångest (Nilsson 2019a). Men även om ångestproblematiken nämns svepande är Nilsson noga med att förtydliga att hon vill börja prata mer om det. Genom situationen framställs det som att hon upplever sig förväntas prata mer frekvent och inte minst mer öppet om det - som att hennes tittare förväntar sig att hon ska prata mer öppet om sina känsloupplevelser. Alfredsson skiljer sig från Nilsson genom att varken nämna eller ge intryck av att uppleva påtryckning från sina följare om att prata mer om sitt mående. Det framgår däremot tydligt att hon själv vill prata mer öppet om sina erfarenheter av och förståelse för psykisk ohälsa, eftersom hon tror och hoppas att det kan få en positiv effekt på hennes omgivning. Det tillhör visserligen inte ovanligheten att Alfredsson inleder sina videor osminkad, eftersom ”get ready with me” som genre går ut på att personen sminkar sig framför kameran. Samtidigt är Alfredsson klart avslappnat klädd i kimonos eller linne och utan smink även utanför denna genre (Alfredsson 2019b, Alfredsson 2018a).

³ Bianca Ingrosso (2019c). *Q&A - VAD TJÄNAR JAG I MÅNADEN? HUR MYCKET KOSTADE MIN LÄGENHET? HAR MIN BULIMI KOMMIT TILLBAKA?*

⁴ Bianca Ingrosso (2019a). *Panikångestattack och.... MIN KÄRLEK!!*

Personliga YouTubevideor som berör vad personen uppfattar som känslomässigt påfrestande frågor kännetecknas ofta - likt i ovan nämnda fall - av att den offentliga personen har ett mindre uppstyrt och mer enkelt utseende än vad hon brukar ha (Berryman & Kavka 2018:94). Enkelheten framkallar en estetik av råhet som placerar influencern och hennes känslor i centrum, och självpresentationen framstår inte som lika viktig som den annars ter sig på YouTube. Istället för självpresentation lägger dessa videor dess huvudsakliga fokus vid individens självuttryck. Samtidigt fyller influencerns självpresentation i form av tårar och glansiga ögon en viktig funktion som ett uttryck för autenticitet och äkthet. Presentationen bidrar till prägeln av ett autentiskt utelämnande och gör att fokus flyttas till influencern som individ och till hennes privata känslor och tankar.

Viljan till sanning är en diskurs som följt oss genom historien (Foucault 1993:10ff). Sanningsviljan som diskurs bygger på en motsättning mellan sanning och falskhet, där falskhet kommit att framhållas som "otillåtet". Genom motsättningen skapas ett upplevt tvång till och framkallande av sanning. Genom att Ingrosso och Lindgren tydliggör att de befinner sig nära att brista ut i tårar stärks intrycket av att de talar sanning, och de bestrider påståenden om falskhet. Detta gör tittaren mer benägen att vilja lyssna till och faktiskt uppleva Ingrossos och Lindgrens yttranden som betydelsefull. Samtidigt finns ytterligare en tungt vägande utestängningsprocess för diskurser att förhålla sig till, nämligen avskiljandet till vansinnet. Denna utstängningsprocess grundar sig i en motsättning mellan förnuft och vansinne, och för att värde ska tillskrivas förväntas individer ta avstånd från det som kommit att klassas som vansinne. Upplevelsen av att behöva ta avstånd från det vansinniga har följt oss genom historien genom såväl praktik som litteratur (Foucault 2010:45); "dårar" har skildrats som ytterligheten till den sanna klokheden och till det eftersträvansvärda (Foucault 2010:65). Resultatet har blivit att sådant som gränsar till vanvettet förväntas hemlighållas och begränsas till den bakre regionen (Foucault 2010:94). Länge har just psykisk ohälsa upplevts som avvikande från "det normala", och därför som tillhörande "det vansinniga". Samtidigt står det klart att varken Lindgren, Ingrosso, Nilsson eller Alfredsson hemlighåller sitt mående och historia av psykisk ohälsa. Således kan man hävda att dessa influencers utmanar den tidigare diskursen kring psykisk ohälsa. Vi kommer att fördjupa detta resonemang längre fram. Vad som däremot bör understrykas redan här är att detta antyder en diskursförändring. Sannolikt finns det en pådrivande faktor som manat fram den offentliga exponeringen.

Kärnan i vårt material utgörs av samtalet kring individens tankar och känslor - influencerns bekännande av sina inre funderingar och farhågor. Intressant här är att det föreligger ett uppenbart intresse för och en nyfikenhet kring dessa frågor. Människor önskar och närmast förväntar sig få ta del av offentliga människors privata liv. Detta krav på att den offentliga individen ska exponera och uppvisa personliga tankar och känslor kan ses som ett uttryck för det Bauman benämner som bekännelsekultur (Bauman 2000). Influencers publik både önskar och väntar sig att få ta del av sådant som tidigare hänförs till individens bakre region. Det går således att identifiera en svårighet i att fastställa vad som utgör det sociala livets främre respektive bakre region (Meyrowitz 1985). Denna förväntan om att delge individens privatliv syns tydligt i den video där Nilsson för kanske första gången öppnar upp sig om sin historia med ätstörning av typen anorexi. Videon ska komma att bli en öppen och ärlig bekännelse av hennes tankar kring kropp, utseende och mat, uppblandat med konkreta exempel ur hennes dåvarande matdagbok. Men innan dess börjar hon dels med att varna tittaren för potentiellt triggande innehåll, och dels poängtera att hon ofta blir tillfrågad att prata mer om ätstörningar och sitt förhållande till ämnet och till sin egen kropp (Nilsson 2019b); människor undrar. Även Ingrosso får av allt att döma konkreta frågor om hur hon mår i förhållande till sin ätstörning. Detta leder till att hon berättar att det fortfarande "spökar konstant inför, under och efter varje måltid" och att det fortfarande händer att hon spy och får återfall (Ingrosso 2019c). Likt Nilsson understryker Ingrosso den svårighet som kommer med att prata "rätt" om ätstörningar. Försiktigheten understryker att det är ett känsligt ämne, och att ämnet inte nödvändigtvis förväntas äga rum i det offentliga. Det framgår att det har skett en förskjutning i hur vi förväntas bete oss och vilken roll vi förväntas inta (Meyrowitz 1985). Idag får influencers frågor om och förväntas i viss mån ge intima svar om sin upplevda problematik kring tabubelagda ämnen i frågor som tidigare förväntats hemlighållas och som tystats ned. Tittaren antar rollen av en vän, och tycks förvänta sig respons därefter.

Även Alfredssons utgår ifrån inskickade frågor gällande hennes panikångest, mående och personliga hanteringsstrategier (Alfredsson 2018a). Uppenbarligen finns det ett stort intresse för att ta del av offentliga personers privatliv, annars skulle antalet visningar sjunka och frågorna utebli. Vi kan inte uttala oss om detta intresse väckts av influencers ökade öppenhet eller om den privata framtoningen är en följd av att tittarna uttryckt intresse. Vad vi kan konstatera är att dessa videor ger uttryck för en reell bekännelsekultur.

Bekännelsen som en själslig rening

Den bekännelsekultur som kommer till uttryck genom vårt material kännetecknas av en allmän förväntning om att människors inre liv ska exponeras på den offentliga scenen (Bauman 2000:37f). Enligt Bauman betyder det att det offentliga rummet blir till ett utrymme för projicering av den enskilda individens privata bekymmer. Bekännelsekulturen som sådan har sina rötter i och stora likheter med dokusåpan. Dokusåpan som genre drivs av ett inbyggt krav på offentlig exponering och uppvisande av individens personliga tankar och känslor. När dokusåpadeltagaren talar direkt till oss blir hon vår "medievän". Därigenom blir bekännelsekulturens kanske viktigaste roll individens subjektiva, känslomässiga makt genom kombinationen av privat material och offentlig bekännelse. Genom att bekänna och exponera sina känslor ges individen möjlighet att uppnå en ansenlig känsla av förnyelse och emotionell katarsis (Platz 2017). Begreppet katarsis betecknar ett känslomässigt klimax som ger den bekräftelse som individen behöver för att "renas" och gå vidare. Den bekännande handlingen och själva exponeringen lägger grunden för att skapa en social gemenskap kring den psykiska ohälsan. Här är det anmärkningsvärt att Alfredsson säger i en video att hon vill dela med sig av "någonting som jag skämts över" (Alfredsson 2018b). Hon berättar vidare att hon skämts i den mån att hon fram tills nu valt att undanhålla det hon ska komma att berätta för alla utom sina allra närmaste. Alfredsson understryker att det ligger på samhället att det är något hon känt skam över, samtidigt som videon antyder att en inläggning på en psykiatrisk klinik - det ämne videon berör och som genom historien gett upphov till stigmatisering - är tabubelagt och något att skämmas över. Retoriken kan leda till att publikens eventuella skamkänslor, självstigmatisering, och benägenhet att hemlighålla måendet tilltar (Platz 2017). Samtidigt framställs det som att ett bekännande och erkännande krävs för att vara ärlig och kunna gå vidare. Genom bekännandet försvinner skammen och ersätts med den katartiska upplevelsen av att bekänna (Platz 2017:63f). Därigenom fyller bekännande och känslotunga videor sin katartiska funktion genom att underlätta både frigörande av och försoning med extrema känslor (Berryman & Kavka 2018:94f). Än tydligare syns den bekännande handlingen hos Lindgren och Ingrosso, som båda två har publicerat bekännande vloggar där ögonen varit glansiga av tårar. Den synliga närheten till tårar blir lika mycket ett kvitto på influencerns autenticitet och äkthet som att det förstärker videons budskap. I Lindgrens fall avslutar hon den vlogg där hon lättat på hjärtat med att andas ut av lättnad över att ha fått prata av sig med

sina tittare (Lindgren 2017a). För henne har den nämnda videon fungerat som ett sätt att få dela med sig av sina erfarenheter för att därigenom känna sig mindre ensam i det. I kombination med de glansiga ögonen förmedlas en bild av att det som yttrats varit av betydelse för Lindgren - att det kommit från hjärtat. Genom detta stärks både möjligheten till social gemenskap kring och effekten av bekännandet, samt dess katartiska funktion.

Hos Ingrosso återfinns än mer ingående redogörelser för hur hennes tankar går i den stund som videon spelas in. Hon förklarar att “varje gång en plåtning närmar sig kickar min bulimi in i min hjärna” och att det får hennes hjärna att “koka” (Ingrosso 2019a). Tittaren delges förklaring om att hon under dagen bråkat med sin mamma, och att även det påverkat henne till att hamna ur balans. Mer än att tittarna “delges förklaring” fyller de en viktig funktion genom att inrätta ett intimt utrymme och en gemenskap. Detta intima utrymme utmärker sig som en plats där både tittare och influencer känner sig trygga i att delge privata tankar och känslor om ämnen de tidigare upplevt som stigmatiserade och som de därför inte har pratat öppet om. En plats där de känner sig förstådda och där det finns likasinnade som upplevt eller har förståelse för de saker de gått igenom. För en mer ingående förståelse för tittarnas roll, se rubriken “Det är tack vare er som jag har fått styrkan”.

Tydligaste likheten mellan Lindgrens (2017a) tidiga video och Ingrossos (2019a) nyss nämnda video är närheten i tid till det som personerna känner och upplever. Det rör inte saker som hänt i det förflutna, utan känslorna finns med i den stund de tar upp kameran och börjar prata. Resultatet blir lika mycket en projicering av privata bekymmer som en inbjudan till vad som framställs som individens faktiska privatliv och bakre region.

Det mer informativa bekännandet

Övervägande delen av vårt empiriska material verkar dock inte i första hand för projicering av influencernas privata bekymmer. Deras bekännelser och exponeringen av privata känslor kan förvisso verka för att uppnå emotionell rening för personen i fråga, men än viktigare fungerar de som förbindelseled i en berättelse om något som hänt i det förflutna; den känslomässiga exponeringen verkar som grund för att sprida information och förståelse. Dessa videor präglas inte huvudsakligen av tårfyllda bekännelser av privata problem, utan själva känslöexponeringen är invävd i en mer övergripande berättelse om individens psykiska ohälsa och dess roll och uttryck i förhållande till det samhälle hon lever i.

Mycket av materialet beskriver händelser och känslor som funnits i det förgångna. Samtalet skildrar händelserna ur ett mer kunskapsinriktat perspektiv, vilket medför en känsla av distans till det samtalet berör. När Nilsson talar om sin tidigare men eventuellt för alltid närvarande ätstörning skildras det som att hon lärt sig att se sjukdomen med nya ögon (Nilsson 2019b). För henne handlar det mer om att beskriva hur sjukdomen tog sig uttryck för henne än om att söka stöd för sina tankar och mående. Samma sak gäller för Alfredsson. Alfredsson redogör visserligen för sina känslor av tomhet och värdelöshet, men påstår aldrig att det är känslor hon behöver hjälp med att bearbeta i detta nu (Alfredsson 2016). Även Lindgren delger vid tillfällen sina följare sitt mående med viss distans till den "mörkare plats" hon befann sig på tidigare (Lindgren 2015). Genom att ge uttryck för att ha distans till det som beskrivs mildras känslan av bekännandet som en framställning av den offentliga personens privata och närvarande problem. Utifrån detta går det att kategorisera vårt material utifrån två genrer av personliga videor i ämnet psykisk ohälsa. Till ena kategorin hör de bekännelsevideor som följer Baumans förståelse för bekännelsekulturen, där det offentliga rummet blir till ett utrymme för projicering av den enskilda individens privata bekymmer. Hit hör de videor som fyller en övervägande katartisk funktion, där personen upplevs som lättad och själsligt renad efter bekännandet. Ingrosso (2019a) och Lindgren (2015) framträder starkast inom denna genre, med videor som kännetecknas av att influencern är uppenbart berörd av det hon talar om. Istället för att lägga fram konkreta, och informativa, fakta är samtalet koncentrerat kring just individens mående och hälsoproblematik.

I den andra kategorin återfinns mer medvetandegörande och pedagogiska videor; videor som mer påfallande fyller ett syfte genom att te sig informativa och utbildande. Många av dessa videor verkar inte ha publicerats i avsikt att fylla ett tomrum eller agera renande för individen. Istället verkar de ha producerats med avsikt att förändra ett mer övergripande och allmängiltigt fenomen, att förändra en allmän förståelse för psykisk ohälsa. Denna medvetandegörande genre är kanske mest framträdande hos Alfredsson, som balanserar sin egen erfarenhet av psykisk ohälsa med mer generella tips på hanteringsstrategier, samtidigt som hon hämtar in andras perspektiv i frågan. I en frågestund tillsammans med sin partner berörs såväl Alfredssons som hennes partners förståelse för vad panikångestattacker är och hur de tar sig uttryck (Alfredsson 2018a). Både Alfredssons och partnerens förståelse vävs in, samtidigt som de är noga med att understryka såväl vikten av att hitta förhållningssätt som

passar den enskilda individen som att våga prata mer öppet och att söka hjälp. I andra videor resonerar hon både om stigmatiseringen kring att äta antidepressiva mediciner (Alfredsson 2019b) och om hur det är att leva med panikångest (Alfredsson 2016). Dessutom framstår det som viktigt för henne att prata avdramatiserat om psykisk ohälsa och att lyfta in det i samtal utan att för den delen delge tittaren sitt mest privata känsleregister. Bland annat visar hon i en video upp ett förslag på en Halloweensminkning i form av ångest.

Jag ser ju ångest som en sjukdom, och det riktiga jag här under som tränger sig ut, försöker... komma ut.
[Under] är en lite regnbåge med massa, massa färger och glitter, för det är jag, och min sjukdom är inte jag.
Utan det är bara en sjukdom som lagts på min regnbågepersonlighet (Alfredsson 2019)

Det står klart att Alfredsson ser till vikten av att tala mer öppet om psykisk ohälsa och inte minst att göra det för andras skull än enbart sin egen. Framtoningen är mindre påtagligt känslostyrd och allt mer saklig, distanserad och utbildande. Det handlar inte främst om att erkänna och bekänna utan mer om att påbörja en diskussion och faktiskt resonera kring det.

Även Nilsson framstår som mån om att avdramatisera frågor kopplade till psykisk ohälsa. Trots en underliggande obekvämhets i att exponera celluliter och fett, som på 2000-talet alltför ofta är nära förknippat med kroppscomplex och känslor av ofullständighet, publicerar Nilsson material som synliggör såväl celluliter som sin "lite mjukare" mage (Nilsson 2019c). Förevisningen av sin i samhällets ögon ofullständiga kropp kombineras med handlingar och uttalanden som pekar mot en vilja att avdramatisera. Det framgår att Nilsson haft och i viss mån kanske har ett problematiskt förhållande till sin kropp och kroppsideal i allmänhet, samtidigt som hon uppenbart vill lyfta frågan för att resonera och potentiellt förändra diskursen. Hon framstår fortfarande som privat, men samtidigt är hon förhållandevis saklig i sin framtoning. Nilsson vill inte bara lätta på hjärtat, utan hon ger uttryck för att vilja vägleda sin publik. Sammantaget tyder detta på att bekännelsekulturen inte enbart kan sägas verka destruktivt, utan att den likväl kan landa i att verka utbildande. Viktigt att understryka här är alltså att även bekännelsevideor kan generera ett gynnsamt utfall, vilket vi återkommer till längre fram. Oavsett om Nilsson, Ingrosso, Lindgren och Alfredsson bekänner i syfte att uppnå en katartisk funktion eller om deras huvudsakliga intresse är en vilja att vägleda och förändra är just bekännelsekulturen central för att förstå samtalet ur en samhällskontext.

Gränslandet mellan privat och offentligt

Gemensamt för samtliga videor är att de lyfter frågor som i en annan kultur skulle ha betraktats som privata, till det offentliga rummet. Därför kan vårt material sägas ge uttryck för en bekännelsekultur. Kulturen framkallar en skyldighet att exponera det som tidigare sågs som en del av människors intima och inre liv (Bauman 2008:10), och genom exponeringen påverkas gränsen för vad som särskiljer det privata från det offentliga.

Hur det offentliga livets praktik alltmer kommit att handla om att visa upp och bekänna privata känslor och frågor (Bauman 2000:37ff) syns bland annat i den video Alfredsson helt dedikerat till att tala om hur det varit för henne att leva med panikångest. Alfredsson ventilerar öppet sina inre tankar om hur hon upplevt att hennes mentala ohälsa påverkat hennes känslor om sig själv. Hon uttrycker att hon kände sig “totalt värdelös” och att hon tampades med funderingar kring varför hon inte kunde “vara som en vanlig jävla människa” (Alfredsson 2016). Just avhandlandet av influencers inre tankar om och personliga upplevelser av den psykiska ohälsan är utmärkande för majoriteten av vårt material, och det är ingen tvekan om att dessa kanaler mer eller mindre bygger på att föra ut delar av sitt privatliv i YouTube-ljuset. Samtidigt tycks dessa offentliga bekännelser inte enbart handla om att fungera ventilerande, utan att influencern lyfter intima tankar och känslor kan samtidigt fylla en tungt vägande funktion för publiken. Dessa videor kan verka som stöd för och minska tittarnas eventuella känsla av isolering genom att lägga en grund för igenkänning, identifikation och gemenskap. Detta utvecklas vidare under rubrikerna “Identifikation som grund för att förändra diskursen” och “Det är tack vare er som jag har fått styrkan”. Genom att avhandla personliga upplevelser kan dessa videor sprida en mer lättillgänglig såväl som realistisk förståelse för vad psykisk ohälsa är och innebär. Därigenom läggs grunden för en positiv diskursförändring. Som öppna uttryck för autentiska känsloupplevelser kan valda videor främja publikens förståelse för sig själva och sin omgivning. Eventuellt kan dessa personliga videor, som källa till förståelse och kunskap, bidra till att intresset för influencers privatliv och själva bekännelsekulturen upprätthålls.

Offentliga personers brutalt ärliga och stundvis tårfyllda videor genererar en känslomässig produktion av obehag, oro och besvär. Genom vad som framstår som autentiska framställningar ges tittarna en känsla av anknytning (Berryman & Kavka 2018:89f). Just representationen av subjektiva sanningar och det påstådda autentiska jagets äkthet är

bekännelsekulturens mest grundläggande funktion (Bauman 2000). Av det följer att upplevelsen av anknytning är närmast avgörande för att bekännelsekulturen ska upprätthållas. Grunden i bekännelsekulturen är det upplevda tvång att delge sina privata bekymmer i det offentliga rummet, och kulturen som sådan innebär en ökad fokusering på känslor i individualiserad form (Bauman 2000). Genom bekännelsekulturen riktas uppmärksamheten alltså mot influencern som individ, och hennes essens tillskrivs större vikt än hennes handlingar; upprätthållandet av ett community och en gemenskap ett slutresultat i sig (Bauman 2000:108). Att YouTube kan ge intryck av att starkt likna interaktion ansikte-mot-ansikte gör att alltså att produktionen av gemenskap ligger än närmare till hands. Det finns dock en risk för avtrubning och trivialisering av ämnet. Nilsson visar tydligt genom yttringar att hon är medveten om den risken för trivialisering av psykisk ohälsa.

Varför jag inte har pratat om det, det är egentligen mest för att alla pratat om det och jag har liksom varit lite såhär: amen vadå, alla pratat om det, är det typ trendigt eller? (Nilsson 2019a).

Även Lindgren lyfter frågan genom att uttrycka att hon låtit bli att lägga ut känslösa videor under det gångna året därför att det under perioden varit många influencers som gått ut och pratat om sin ångest och om att de mått dåligt. Hon säger att “det absolut inte är kritik och det har de all rätt att göra, precis som jag gillar att lufta och prata om mina problem” (Lindgren 2017a). Samtidigt säger hon sig ha uppmärksammat att en alltför tät publicering av videor inom ämnet psykisk ohälsa tenderar att “mätta” kommentarsfältet.

Från att det bara var hundra procent stöttande kommentarer och en massa kärlek så började folk skriva såhär “åh, ännu en YouTuber som är deprimerad”, “amen, inte du också”, “Therése, ta dig i kragen”. Ni vet... det blev lite tuffare attityd. (Lindgren 2017a)

Dessa uttalande påvisar att det stundvis rått en viss avtrubning från ämnet, och att influencers försökt att ta hänsyn till detta för att motverka att psykisk ohälsa trivialiseras. Samtidigt är detta ett konkret uttryck för att influencers kommunikation i fråga om psykisk ohälsa har en faktisk effekt på tittaren. Att kommentarsfältet förändras utifrån det material influencern publicerar indikerar en mottaglighet hos tittaren, och i detta fall rör det kanske främst lyhördheten hos den som inte själv lider av psykisk ohälsa. Samtidigt tyder en sådan avtrubning på att ämnet inte längre är att betrakta som lika stigmatiserat. När det inte längre framstår som en uppseendeväckande handling att yttra sig om sitt psykiska mående innebär det att diskursen om att hemlighålla psykisk ohälsa inte längre är styrande. Att psykisk ohälsa

inte längre förväntas hemlighållas i samma mån implicerar att det inte ses som tillhörande vansinnet och strikt avvikande. Förskjutningen innebär just möjlighet till avstigmatisering och utrymme för en mer gynnsam diskurs. Situationen medför alltså både risk till trivialisering och indikerar en diskursförändring.

När tittarna får följa Alfredsson, Lindgren, Nilsson och Ingrosso i deras vardag - se hur de bor, träffa deras pojkvänner och tar del av vad de tycker och hur de tänker - kan tittaren uppleva sig lära känna dem. Genom att interaktionen via YouTube har vissa tydliga likheter med traditionell interpersonell kommunikation ligger det än närmre till hands för tittarna att skapa emotionella anknytningar och bygga relationer till influencern, trots att de inte känner varandra utanför videornas kontext (Burgess & Green 2009:54). Känslan stärks av att dessa personliga filmklipp hyser vad som kan uppfattas som stor självexponering. När dessa influencers delger mottagaren information som i en annan kultur hade varit att betrakta som privat upplever tittaren det som en inbjudan till den bakre regionen, varigenom skapandet av emotionella band ligger närmare till hands. Inviten till influencers bakre region gör även att influencern kan släppa normen att leva med psykisk ohälsa i det fördolda. Samtidigt innebär kameran och den skärm som åtskiljer influencern från tittare att tittarna avgränsas från influencers faktiska bakre region (Goffman 2009:103). Därför vore det kanske mer korrekt att säga att dessa influencers ger sken av att bjuda in till den bakre regionen, medan vad de egentligen gör är att vidga ramarna för sin främre region. Den psykiska ohälsan skjuts alltså fram i den främre regionen och ges uppmärksamhet. Därigenom skapas möjlighet för den tidigare skambeläggande diskursen kring psykisk ohälsa att motarbetas och avstigmatiseras.

Valda videor antar olika påtagligt prägeln av en berättelse. Genom berättelsen som form förstärks den spontana och amatörmässiga karaktären av gemenskap, samtidigt som den etablerar en svårighet i att avslöja något djupt personligt om individens liv (Humphrey 2018:229). Genom berättelsen upplever sig tittaren bli inbjuden till den offentliga personens bakre region, och hon upplever sig få vara delaktig. Samtidigt ger det influencern möjlighet att begränsa tittarens faktiska insyn; influencern har möjlighet att presentera en medvetet tillrättalagd skildring av sin bakre region. Sålunda kan dessa individer delge bekännelser ur sitt privatliv som underlag för identifikation utan att nödvändigtvis behöva anförtro tittarna sina mest privata jag. Den intalade inbjudan till den bakre regionen gör att distansen mellan

influencern och tittaren minskar, och tittaren upplever sig komma närmare in på den “riktiga” och “genuina” individen bakom YouTubekanalen. I detta sker en förskjutning som resulterar i att det inte längre blir lika självklart vad som är att betrakta som privat respektive offentligt, och det blir allt svårare att uppfatta vad som är acceptabelt såväl som rimligt beteende i det offentliga rummet (Meyrowitz 1985). När den tidigare skiljelinjen mellan den främre respektive bakre regionen försvagas blir individens handlande inte tvunget lika styrt av de rådande normer och diskurser som hon förväntas följa i den främre regionen. Istället kan hon vara friare att agera utifrån vad hon som individ tror på. Det ger henne möjlighet att inta en ställning som utmanar rådande diskurs, vilket är vad som utgör grunden i idén om bekännelsekulturen som en diskursiv brytpunkt.

Dessa videors avsaknad av rumsliga, sociala och temporära gränser ger upphov till en “collapsed context” och ett förändrat rollbeteende hos individer såväl som hela kategorier av människor (Strangelove 2010, Meyrowitz 1985:52). Följaktligen har YouTube dels omorganiserat våra sociala miljöer och förändrat förutsättningar för sociala kategorier, dels förändrat dynamiken mellan celebriteten och publiken (Strangelove 2010). Istället för att särskilja privat från offentligt främjar YouTube en kombination av dem båda. Denna kombination av situationer driver människor till att förändrar mönstret för deras inlärd rollbeteende, och de tidigare skarpt åtskilda sociala rollerna blandas (Meyrowitz 1985). Denna tendens blir tydlig i samtalet om psykisk ohälsa, där den rådande diskursen har gjort att allt avvikande från det normala har skildrats som ytterligheten till det sanna och eftersträvansvärda (Foucault 2010). Resultatet har blivit att individers psykiska ohälsa förväntats hemlighållas (Foucault 2010). Men i och med bekännelsekulturen har inflytelserika influencers uppmuntrats att delge alltmer av sitt privatliv i det offentliga rummet, och mycket av det som tidigare varit begränsat till den bakre regionen framförs nu på scen. Barn har inte alltid tilltalat sina föräldrar och lärare med första namn, utan det är något som frammanades under 1960-talet som ett resultat av en omorganisering utifrån utvecklingen av dåtidens nyttillkomna media (Meyrowitz 1985). Det har heller inte alltid varit utan tvivel för USAs president att visa upp sina operationsärr för en hel nation likt alla människor i landet vore hans nära vänner, något även detta skedde under 1960 talet. På samma vis tyder vårt material på att vi just nu befinner i en brytpunkt; det handlar inte om fysiska operationsärr, utan om psykiska ärr som kommit av år av psykiskt lidande. Valda

videor gestaltar inte psykisk ohälsa som avvikande eller hänför samtalet till den bakre regionen, utan psykisk ohälsa tillåts ta plats i det offentliga samtalet. Genom sina kanaler kan dessa influencers bidra till en diskursförändring, och det är denna insikt som tillför studien betydelse. Influencernas agerande i sin externa kommunikation rörande de tidigare tabubelagda och skamfyllda frågorna om psykisk ohälsa har verklig potential att förändra.

Celebriteter ses inte sällan som "lyckade" och framgångsrika människor. När influencers öppnar upp sig om sin psykiska ohälsa utmanar det en förlegad bild av psykisk ohälsa som "tillhörande vansinnet" och som något som bör undanhållas, samtidigt som de delger människor tillgång till och insyn i sociala miljöer som tidigare varit gömda. Genom detta förändras olika sociala kategoriers förutsättningar för att få tillgång till viss information - genom media - och föreställningen om varierande sociala roller kan utmanas. Härigenom kan exempelvis barn, som traditionellt sett varit begränsade från vissa typer av situationer och därmed även den information som delges i dessa sammanhang, få tillgång till ett nytt perspektiv på och mer information om psykisk ohälsa i en vardaglig kontext.

Meyrowitz (1985:5f) menar att den sociala kategoriseringen av människor traditionellt sett har baserats på en uppdelning av människor utifrån skilda upplevelse- och informationsvärldar. Dessa "världar" har varit nära knutna- och närmast isolerat människor till specifika situationer och platser. Olika sociala kategorier har fostrat olika syner på världen, och detta har skapat en åtskillnad mellan människors främre och bakre region. Men i och med elektronisk media har människors olika platser tappat i betydelse. Därigenom ges individer större möjlighet att ta del av information utanför de gränser som förr var distinkt avskiljande. Tidigare har personliga erfarenheter av och information om psykisk ohälsa varit nära knutna till interaktion ansikte-mot-ansikte, men Ingrosso, Nilsson, Alfredsson och Lindgren utgör exempel på att en förändring har skett. När dessa influencers delar sin självupplevda psykiska ohälsa genom sina kanaler har de möjlighet att sträcka sig långt över tidigare gränser. Den öppna dialogen kan bidra till en minskad känsla av isolering för människor som tidigare upplevt sig som isolerade (Naslund m. fl. 2014:4) såväl geografiskt som socialt. Därigenom har de möjlighet att nå ut till en varierad målgrupp. Dessutom är situationen i elektronisk media mer varaktiga än den ansikte-mot-ansikte, vilket ökar möjligheten till en bestående effekt på mottagarens sociala beteende (Meyrowitz 1985:5). Detta ger influencers som Ingrosso, Alfredsson, Nilsson och Lindgren möjlighet till faktisk

och varaktig påverkan på rådande diskurs i fråga om psykisk ohälsa. Likväl finns det anledning att påstå att bekännelsekulturens existens har haft en positiv inverkan på denna möjlighet. Som pådrivande har bekännelsekulturen utvecklat offentliga personer till att tala mer öppet om sitt "privatliv". Samtidigt är det på många sätt influencers plattformar, intima rum och den gemenskap som de därigenom skapat som upprätthåller bekännandet.

Dessa fyra influencers har byggt upp en publik och etablerat sina namn i YouTubes gemenskap. De har på så vis skapat ett "intimt utrymme", en gemenskap och en publik med vilka de delar personlig information. Det intima utrymmet frammanar en intim kulturell tillhörighet för den enskilda individen - tittaren bjuds in att vara del av ett potentiellt betydelsefullt sammanhang och en gemenskap (Rotman & Preece 2010). Detta utrymme är direkt avgörande för deras förmåga att nå framgång i delandet av videor innehållande negativa affektioner och samtal om psykisk ohälsa (Berryman & Kavka 2018:95). Dessa influencers blir själva en del av den intima sfären, varför de tillåts känna sig än mer trygga i att tala mer öppet om sin psykiska ohälsa. Utrymmet gör det möjligt för influencers att lyfta en publik diskussion kring frågor och ämnen som tidigare setts som obekväma, motbjudande eller svåra att diskutera öppet (Burgess & Green 2009:80) - frågor som tidigare begränsats till det privata. Utvecklingen kan på många sätt ha gynnats av rådande bekännelsekultur, eftersom den i sig frammanat att lyfta mer intima frågor. Samtidigt ligger det nära till hands att anta att bekännelsekulturen fått starkare fäste genom att YouTube och liknande forum möjliggör skapandet av just ett "intimt samhälle". Samtidigt ger YouTube användaren möjlighet att när som helst lämna samtalet, vilket gör att hen slipper den osäkerhet och rädsla som ofta kommer i och med interaktion ansikte-till-ansikte (Naslund m. fl. 2014:3). Därigenom ökar influencers potential att närma sig den stigmatiserade frågan ytterligare trots dess inneboende obekvämheter. Tittaren kan alltså uppleva sig vara i ett tryggt sammanhang - ett intimt samtal med någon hen känner - och har därtill möjligheten att lämna samtalet när ån andan faller på. Detta ökar videornas möjlighet att skapa nya normer och att faktiskt påverka diskursen kring den fråga som tidigare varit stigmatiserad.

Om/när privat blir offentligt

Alfredsson understryker en självupplevd stigmatisering av sjukdomar som inte går att härleda till en faktisk och konkret orsak; vid ett brutet ben är det givet att man uppsöker en läkare,

men när besväret inte syns med ögat tycks människor ha svårare att förhålla sig till det (Alfredsson 2018b). Hon återkommer ständigt till den skam hon känt kopplat till sitt psykiska mående, och det framgår att hennes tidigare skamkänslor driver henne till att prata mer öppet om sin psykiska ohälsa (Alfredsson 2019, Alfredsson 2016). Att känna skam över sin psykiska ohälsa är ett tecken på en ambition att vilja presentera en tillrättalagd bild av sig själv. Denna ambition är vanligt förekommande hos kvinnor (Tseëlon 1998). Att belysa sin egen psykiska ohälsa är att forcera motstånd för normen för hur en kvinna "bör framställa sig själv". Genom detta kan vi förstå varför alla fyra har fått mycket uppmärksamhet och uppskattning för att de lyft frågan, trots att den på många sätt lyfts i enlighet med en bekännelsekultur. Omgivningens fascination för influencers samtal om sina personliga erfarenheter om psykisk ohälsa tyder på att de som kvinnor förväntas vara både socialt osynliga och ett objekt för beskådning och bedömning. När de reser sig och tar plats i samtalet blir kvinnorna plötsligt socialt märkbara, vilket väcker uppseende.

Stigmatisering är inget givet av naturen, utan vad som stigmatiseras följer en samhällseliga idé om vilka egenskaper som är att betrakta som "vanliga" och i enlighet med normen (Goffman 2014:10). Genom diskursen kring psykisk ohälsa inneboende utestängningprocesser har individer som lider av psykisk ohälsa kategoriseras som avvikande och åtskilt normen, och de har i vissa avseende avskrivits förmågan att uttrycka sig. Genom det samhällseligt upplevda behovet av att ta avstånd från det vansinniga och avvikande har individens psykiska ohälsa förväntats hemlighållas (Foucault 2010). Men eftersom diskurser är dynamiska och står i direkt förbindelse med samtal och social praktik har samtal på YouTube stor möjlighet att påverka diskursen i fråga; tittare ges möjlighet att reformera tidigare förståelser. När Albertsson såväl som Ingrosso, Nilsson och Lindgren lyfter frågor kopplade till psykisk ohälsa på sina kanaler och till det offentliga rummet kan de bidra till att den stigmatiseringen som kommit av diskursen kring psykisk ohälsa motarbetas.

Identifikation som grund för att förändra diskursen

Gemensamt för våra fyra valda influencers är att de uppvisar tecken på framgång i livet trots sin mer eller mindre närvarande historik av mental ohälsa. Deras bekännande bekräftar att psykisk ohälsa inte bör betraktas som avvikande från det normala. Istället formuleras en förståelse för ohälsan som just ohälsa och som något som, trots sin inneboende obekvämheter,

inte står i motsättning till att leva ett fungerande liv. Genom bekännandet framträder dessa influencers som någon för andra med psykisk ohälsa att identifiera sig med. Delgivande ger individer som lider av liknande tillstånd möjlighet till igenkänning, inkännande och empati, varigenom självstigmatiseringen kan minska (Goffman 2014:30). Samtidigt innebär omgivningens och tittares begär efter detaljer om offentliga personers privatliv att delgivande kan användas som ett sätt att öka tittarengagemang och tittarsiffror. Genom att erbjuda ökad möjlighet till identifikation kan bekännelsekulturen potentiellt bli en affärsidé.

Influencers kan tjäna pengar på att ge sken av att bjuda in publiken till sin bakre region och att visa upp sig som personlig och känslösam. En sådan kommersialisering, speciellt då det kombineras med reklam, kan bidra till att psykisk ohälsa trivialiseras och kommer att uppfattas som tråkigt, uttjat och som en ren kassako. Å andra sidan kan skildringen likväl vara genuin och autentisk; influencern kan både ha genomlevt och genomlidit, bearbetat och gått vidare från den psykiska ohälsa. Det ena alternativet utesluter inte nödvändigtvis det andra, vilket Lindgren exemplifierar. I en video från början av 2019 kombinerar Lindgren samtal om sin egen ångest med ett samarbete med ett företag (Lindgren 2019). Risk finns att diskussionen som en del av ett samarbete ska leda till att de ångestkänslor hon uttrycker sig uppleva ska trivialiseras. Samtidigt tyder det faktum att influencers idag kan nyttja bekännelser om sin psykiska ohälsa som en affärsidé på att något skett med diskursen i fråga. Det företag som Lindgren samarbetat med har uppenbarligen inte uppfattat hennes ångest som något att ta avstånd från, utan istället har de välkomnat samtalsämnet som en del i deras kampanj. Här har det skett en utveckling från tidigare, då Youtubevideor riskerade att bedömas som “inte annonsörvänliga” om de diskuterade “känsliga ämnen” (Berryman & Kavka 2018:93). Tidigare riskerade alltså den influencer som publicerade personliga videor med innehåll som avvek från YouTubes filosofi om positiv, polerad underhållning att gå med ekonomisk förlust. Att det idag är möjligt att kommersialisera på ämnet bär förvisso med sig en risk om att psykiska ohälsa trivialiseras, men det visar samtidigt att människor inte längre är lika måna om att hemlighålla. Uteblivandet indikerar att utestängningsproceduren som särskiljer förnuftet från vansinnet tappat i verkningskraft i given fråga, vilket antyder att psykisk ohälsa inte längre klassas som avvikande förnuftet och tillhörande vansinnet (Foucault 2010).

Att vi vet att det är Ingrosso, Nilsson, Alfredsson och Lindgren som står som

avsändare till dessa videor är närmast avgörande för möjligheten till identifikation. Som publik förväntar vi oss å ena sidan att det som sägs är sanning, å andra sidan att vi kan styrka avsändarens identitet. Författarfunktionen som övergripande diskurs har kommit att förstärkas med tiden. Till skillnad från medeltiden, då avsändaren ofta valde att vara anonym, tillskriver vi i dag författaren värde (Foucault 1993). Vi närmast kräver att författare sammanfogar sina medieprodukter med sitt privatliv och självupplevda erfarenheter, eftersom det är först då vi som publik kan identifiera oss med författaren. Det innebär samtidigt att ju mer framträdande avsändaren är, desto större är möjligheten till igenkänning och identifikation (Fergie, Hunt & Hilton 2016:52f, Goddman m. fl. 2011). Genom att tillstå dessa offentliga personers berättelser om deras psykiska ohälsa kan tittaren identifiera sig med influencerns lidande och smärta. Detta kan stärka tittarnas upplevda emotionella anknytning till influencern i fråga, varigenom det upplevda avståndet till den offentliga personen minskar och tidigare nämnda "intima utrymmet" inrättas. Effekten verkar positivt för dessa personliga videors möjlighet att förändra diskursen i fråga om psykisk ohälsa.

Lindgren, Alfredsson, Ingrosso och Nilsson visar olika tendens av att drivas till att prata om sitt eget mående i syfte att förändra rådande samtalsklimat, etablera ett utrymme för emotionellt stöd och förändra diskursen kring psykisk ohälsa. Alfredsson uttrycker tydligt sin vilja att minimera individers eventuella känsla av isolering och att sprida en mer konstruktiv förståelse för hur det är att leva med psykisk ohälsa (Alfredsson 2018b). Hon uppmanar tittare som känner igen sig i hennes erfarenheter att integrera i kommentarsfältet och poängterar att det inte "är något fel på oss", trots att många människor uttrycker sig som att det vore fallet (Alfredsson 2019b). Även Lindgren understryker sin vilja att förmedla förståelse för det tillstånd hon lider av och att skapa möjlighet till igenkänning hos påverkade individer som känner sig ensamma i sitt tillstånd (Lindgren 2015). Detta vittnar om en medvetenhet om att de framstår som representanter för de individer som upplever sig stigmatiserade på grund av sin mentala ohälsa. Som representanter utgör de exempel på att individer kan utföra "fullt normala" och storslagna presentationer trots sina "avvikande" egenskaper (Goffman 2014:33). Att alla fyra i olika mån presenterar en glamoröst lockande livsstil och visar tecken på framgång både inom karriär och privatliv gör att de har potential att ses som förebilder. Samtidigt har de som ett resultat av sin plats i en bekännelsekultur manats till att delge alltmer av sitt privatliv. Detta delgivande kan delvis sägas bero just på

deras framgång. Kombinationen “drömliv” och delgivande ger dessa influencers verklig möjlighet att framstå som goda exempel att se upp till.

När Nilsson, Lindgren, Ingrosso och Alfredsson pratar om sina bekymmer och om svåra, självupplevda händelser utmanar de idén om att presentera en paketerad och önskvärd bild av sin identitet. Istället för att presentera en genomgående “perfekt” bild av sig själva öppnar de upp för en mer mångfacetterad och mindre polerad identitetsförståelse. Därigenom tillskrivs det värde att uttrycka sina känslor och att framstå som ärlig och autentisk. Även om alla verkar som förebilder är Ingrosso den enda av fyra som attribuerar sig förebildstiteln.

Jag försöker hela tiden att tänka att jag är en förebild inom det ämnet och faktiskt förstå (...) att jag är en förebild inom det ämnet. (...) Jag kan inte svika er. Så som jag inte vill svika er kan jag inte heller svika mig själv. (Ingrosso 2019c)

Längre fram ifrågasätter hon det faktum att andra kritiserar det hon gör och att det sätter hennes roll som förebild på spel, eftersom hon tar sin “förebild inom ätstörningar på fullaste allvar” (Ingrosso 2019c). Samtidigt framgår det att flera av kvinnorna förstår sig själva som eller närmast önskar sig vara förebilder inom det ämne kopplat till psykisk ohälsa som de pratar om. Idén om och viljan att vara en förebild kan kopplas till föregående resonemang om att kommersialisera sig på bekännelsekulturen och bekännelsen som en affärsidé. Genom att framställas som en förebild tillskrivs de legitimitet, samtidigt som de själva och andra kommer att uppleva dem som mer betydelsefulla. Detta kan resultera i ökat tittarengagemang och att influencern tillskrivs en allt tyngre roll inom ämnet, vilket kan generera än större vinst för influencern. Samtidigt är det viktigt att understryka autenticitetens roll för att dessa videor ska ge ett verkligt positivt resultat. Autenticitet stöttar produktiviteten hos de negativa affektiva arbetet genom att tillföra en genuin känsla av att influencern faktiskt vill hjälpa vilket ökar sannolikheten för att tittaren ska ta åt sig (Berryman & Kavka 2018). Utan upplevd autenticitet riskerar videon att förlora sin positiva verkningskraft.

När Ingrosso, Lindgren, Alfredsson och Nilsson publicerar personliga videor om sitt psykiska mående initieras en mer konstruktiv syn på tillvaron i allmänhet och hur en bör förhålla sig till psykisk ohälsa i synnerhet. Frågan dämpas inte, utan istället förstärks vikten av att vara ärlig om sitt mående mot sig själv och ens omgivning. Förhållningssättet initierar en förändrad diskurs, där psykisk ohälsa och destruktiva tankar och handlingar inte längre marginaliseras, utan istället skildras som en närvarande del i människors liv. Detta kan verka

produktivt i fråga om avstigmatiseringen av psykisk ohälsa, eftersom framställningen pekar mot att sådan ohälsa inte tvunget är atypisk gemene man. Samtidigt hör det till att alla fyra mer eller mindre ingående rekommenderar individer med psykisk ohälsa att söka professionell hjälp. Därigenom bekräftas att psykisk ohälsa fortfarande är ett sjukdomstillstånd, och att det på intet sätt är något att hävda enbart för att få bekräftelse och stöd. Detta är viktigt att understryka eftersom det bidrar till att användargenererade videors potential att verka konstruktivt för diskursen kring psykisk ohälsa. Motsatsen vore närmast destruktiv. Samtidigt talar detta för att valda influencers inte placerar bekännandet som en affärsidé i första rummet, utan att de genuint önskar att öka den emotionella anknytningen såväl om att förändra diskursen.

“Det är tack vare er som jag har fått styrkan”⁵

Det står klart att Ingrosso, Nilsson, Lindgren och Alfredsson spelar en central roll i förhållande till den presumtvt förändrade diskursen kring psykisk ohälsa genom att initiera själva samtalet. I enlighet med Foucault går dessa influencers i bräschen för en diskursförändring, samtidigt som deras anhängare möjliggör en långsiktig förändring. Dessa influencers fungerar därmed som katalysatorer för en eventuell diskursförändring.

Likafullt spelar influencers tittare en central roll. För tittaren kan kanalerna ge upphov till råd och stöd, ökad empati och minskad känsla av isolering. Samtidigt etablerar dessa YouTubekanaler ett forum för individer att dela med sig av sina personliga upplevelser och att ge och få support. Därigenom erbjuder YouTube som plattform möjlighet till sammanhållning, empati och emotionellt stöd (Rotman & Preece 2010:327ff). Oavsett om tittarna lider med individen eller enbart agerar följare av hennes tårar genom uppdateringar i frågan, eller kanske mer troligt kombinerar dem båda, indikerar dessa personliga videor en vilja från influencers sida att skapa intimitet och gemenskap genom YouTube (Berryman & Kavka 2018:95). Möjligheten till support och till hjälp att acceptera sitt eget stigma är således inte enkelriktad, utan tämligen dynamisk. Tittarna kan bli hjälpta av influencern såväl som av varandra, men tittarna kan även hjälpa den offentliga personen. Detta uttrycks mest explicit av Ingrosso, som förklarar att hon “finns här för er, som en vän att prata med. Så som ni finns

⁵ Bianca Ingrosso (2019c). *Q&A - VAD TJÄNAR JAG I MÅNADEN? HUR MYCKET KOSTADE MIN LÄGENHET? HAR MIN BULIMI KOMMIT TILLBAKA?*

där för mig” (Ingrosso 2019b). I en annan video poängterar hon att “det är bara tack vare er som jag har fått styrkan att ta mig ur det så pass mycket som jag ändå har gjort” (Ingrosso 2019c). Även Lindgren förklarar att hon har (haft) en väldigt nära relation till sina följare, och att de har betytt mycket för henne (Lindgren 2017a). Denna kunskap är central i syfte att förstå den användargenererade videons potential att förändra diskursen kring psykisk ohälsa. Genom appelleringen till och erkännandet av tittarna bekräftas ett starkt band av förtroende och stöd (Berryman & Kavka 2018:92). Detta stärker känslan av intimitet och autenticitet. Även det direkta tilltalet stärker känslan av intimitet och påverkar möjligheten till förändring.

Det direkta tilltalet är signifikant i samtliga videor. Genom dessa stickrepliker som direkt tilltalar tittaren skapas förtrolighet och gemenskap (Humphrey 2018:228). Denna förtrolighet är vad som lägger grunden för ett genuint mottagande hos publiken, och vad som i längden kan få dem att ändra förhållningssätt i frågan. Kombinerat med att influencern talar direkt med tittaren inbjuder hon till reaktion och respons på ett sätt som många andra format inte gör. Härigenom förstärks känslan av interaktion ansikte-mot-ansikte ytterligare, samtidigt som tittaren tillskrivs värde. Just att tittaren tillskrivs värde och möjligheten till dialog snarare än monolog är vad som kanske tydligast skiljer YouTubevideor från dokusåpan som genre. Medan monologen utgör verklighetstelevisionens kärna fungerar de videor som utgör vårt material som en kombination av en planerad och eventuellt fabricerad bekännelse och en verklig interaktion. Ingrosso, Alfredsson, Lindgren och Nilsson förväntar sig inte nödvändigtvis ett svar, men de är väl medvetna om att möjligheten till svar föreligger.

Det direkta tilltalet är särskilt framträdande i anslutning till att det talas om tyngre och självupplevda erfarenheter. Nilsson “hoppas verkligen att ni tolkar det här rätt” (Nilsson 2019:19.14), Ingrosso “fick bara en sån himla feeling att jag ville sätta på kameran och prata med er” (Ingrosso 2019:0.20), Lindgren känner att hon “vill berätta för er hur jag mår” (Lindgren 2017:9.05) och Alfredsson fattar att “ni vill bara hjälpa till” (Alfredsson 2019:8.30). Genom detta ges användare möjlighet att bygga personliga relationer snarare än att enbart agera tittare (Rotman & Preece 2010:326). Dessa videor med negativ affektion skapar en digital, intim publik genom att uppvisa potential för gemenskapsbygge och support genom interpersonella anslutningar och självreflektion genom (affektivt) självutlämnande (Berryman & Kavka 2018). Självreflektionen kan stimulera mottagaren att förstå psykisk

ohälsa mer konstruktivt, medan gemenskapsbyggandet kan göra att individen känner sig trygg nog att välkomna denna nyanserade diskurs.

Bekännelsens påverkan på diskursen

Ingrosso, Lindgren, Alfredsson och Nilsson ägnar alla fyra visst utrymme på sina kanaler till att uttrycka stunder av känslomässigt överskott och sårbarhet. Genom att exponera sina privata känslor och upplevelser i ett offentligt utrymme blir deras videor i ämnet ett uttryck för en bekännelsekultur. Innebär det att de videor som utgör vårt material fyller sin funktion genom att enbart verka för den offentliga individens bekännande av sina känslor såsom Bauman förstår bekännelsekulturen? Inte nödvändigtvis. Valda videor utgör bara en bråkdel av materialet på personernas kanaler. Majoriteten av vederbörandes publicerade videor framställer dem själva i tämligen idealiserad dager och i enlighet med YouTubes oskrivna men inflytelserika positiva mönsterbild. I och med publiceringen av ett visst antal videor där de talar mer öppet om sitt psykiska mående och sina egna erfarenheter av psykisk ohälsa presenterar de en mer mångfacetterad och mindre polerad identitetsförståelse snarare än en genomgående "perfekt" bild. Detta ger influencern möjlighet att söka stöd för sina privata känslor och bekymmer, men det ger även tittaren möjlighet till samhörighet och support för sina. När individen bjuds in att delta i dessa praktiker ges möjlighet för ett kollektivt formande i frågor rörande intresse och identitet. Än viktigare inleds ett samtal om psykisk ohälsa. Genom att utmana idén om psykisk ohälsa som något som bör hemlighållas utmanas även tidigare identitetskonstruktioner, representationer och ideologier.

Sannolikt är det bekännelsekulturen som drivit influencers till att lyfta frågan, varefter en möjlighet att förändra diskursen kring psykisk ohälsa har uppstått. Att Ingrosso, Lindgren, Alfredsson och Nilsson själva drabbats av psykisk ohälsa är avgörande då det färgar deras förståelse för och engagemang i frågan. De vill bemötas som de förnuftiga människor de är, istället för att förstås som avvikande, kategoriseras utifrån sin psykiska ohälsa och behandlas som stigmatiserad. Istället för att framställa sin psykiska ohälsa utifrån en stereotyp bild erbjuder de en mer konstruktiv och till synes sanningsenlig diskurs i fråga om psykisk ohälsa. Genom att tala utifrån personliga och självupplevda erfarenheter öppnar de upp för en mer verklighetstrogen och mångfacetterad förståelse. Samtidigt ger deras tittarantal dem möjlighet att kommunicera ut deras förståelse till en stor publik. Därmed kan Lindgren,

Ingrosso, Nilsson och Alfredsson hjälpa till att motverka (själv)stigmatiseringen och forma diskursen.

Den analys som gjorts tyder på att att bekännelsekulturen kan fylla en faktiskt viktig funktion, snarare än att enbart verka katartiskt för den enskilda individen. Kulturen som pådrivande kan få offentliga personer att öppna upp sig om sådant som generellt sett varit förvisat till den bakre regionen, varigenom gränsen för vad som förväntas hemlighållas kan flyttas. Därför fungerar bekännelsekulturen som en diskursiv brytpunkt. Kulturen kan uppmuntra individer att belysa frågor trots dess inneboende obekvämlighet, samtidigt som kulturen inte tvunget styrs av befintliga diskurser eller tar direkt hänsyn till en eventuell stigmatisering. Genom att sociala medier förändrar ramverket för det sociala livet och för vad som utgör den främre respektive bakre regionen förändras också de roller individer förväntas inta. När reglerna för den sociala spelplanen förändras försvagas den tidigare åtskillnaden mellan den främre och bakre regionen, och sådant som tidigare var strikt avgränsat till den bakre regionen har möjlighet att sippra ut. YouTube som plattform och de möjligheter att skapa en intim sfär och en gemenskap som plattformen innebär spelar som framgått genom analysen en betydande roll för att en diskursförändring ska ske. Denna möjlighet till diskursförändring hade troligtvis uteblivit förutan bekännelsekulturen, då diskursen kring psykisk ohälsa länge byggt på idén om psykisk ohälsa som normavvikande. I enlighet med diskursens utestängningsprocedurer och stigmatisering som fenomen är allt som betraktas som avvikande att hänföra till den bakre regionen och till varje enskild individs privatliv. Genom att studera diskurser i förhållande till begreppet bekännelsekultur frambringas en mer konstruktiv förståelse för det offentliga bekännandet och exponeringen av den privata individens. Analysen illustrerar hur bekännelsekulturen i allmänhet och personliga YouTubevideor i synnerhet kan bidra till såväl som blir ett uttryck för en diskursförskjutning. Mer än att enbart göra individens liv mer säljbart kan bekännande lägga grunden för faktiskt viktiga diskursförändringar i frågor som tidigare behandlats som stigmatiserade, oavsett det gäller psykisk ohälsa eller andra ämnen.

Bekännelsekulturen som en diskursiv brytpunkt

Genom en analys av influencers kommunikation i fråga om psykisk ohälsa kan vi konstatera att dessa influencers kan bidra till en diskursförändring. Möjligheten till förändring kommer av att de intar ett mer öppet förhållningssätt och sprider en mer konstruktiv förståelse för frågan. Istället för att tysta ner ämnet och att skildra sin psykiska ohälsa i termer av avvikande understryker de genom sina YouTubekanaler att psykisk ohälsa kan drabba alla, oavsett eventuell karriärmässig och privat framgång i livet.

Baumans begrepp bekännelsekultur spelar en viktig roll i frågan. Bekännelsekulturen som fenomen frammanar ett intresse för offentliga människors privatliv, samtidigt som det driver den offentliga individen till att bekänna mer av sitt privatliv. Härigenom uppmuntras individer att samtala om ämnen som tidigare varit tabubelagda och som gett upphov till stigmatisering. I vilken mån dessa offentliga personer initierat ett samtal om psykisk ohälsa i syfte att normalisera såväl som avstigmatisera skiljer sig från person till person. Vad som däremot är allmängiltigt är att mer öppen kommunikation i frågan kan ge och har gett både de offentliga individerna och deras publik möjlighet till djupare förståelse, igenkänning och en minskad känsla av isolering. Därför kan YouTubevideor som berör ämnet inge individer i liknande situation en känsla av empati och support (Naslund m. fl. 2014:7). Genom att influencers lyfter frågan kan de bidra till att fler människor känner sig "mer normala" och mindre stigmatiserande. Tillgången till en viss röst är förvisso ingen garanti för att denna röst får empati och engagemang från publiken (Burgess & Green 2009:82). Risken för att trenden att kommunicera mer och öppnare om sin psykisk ohälsa leder till trivialisering och avtrubning är ständigt närvarande. När en stor mängd influencers har nyttjat sina plattformar till att tala ofta och mycket om psykisk ohälsa har publiken uppvisat trötthetstecken och tristess, och samtals betydelse har förringats. Därtill finns det belägg för att påstå att bekännandet kan användas i kommersiellt syfte. Samtidigt är denna risk allmänt tillämpbar för trendande samtalsämnen, oavsett fallets potential att leda till en faktiskt viktig förändring för individ och samhälle. Den ökade trenden att prata mer om sitt mående kan verka i syfte att utöka sin följarskara; samtalsämnet har potential att dra till sig en bredare målgrupp, samtidigt som det faktum att influencern bryter mot perfektionsidealet ofta förhöjer publikens intresse som ett resultat av bekännelsekulturens existens. Den offentliga personens bekännande om sin psykiska ohälsa kan engagera tittaren genom att erbjuda henne en känsla

av support och empati, samtidigt som engagemanget för influencern likväl kan bottna i skadeglädje, irritation eller annan typ av illvilja. Därför kan bekännelsekulturen som fenomen både sägas verka mer destruktivt - efter Baumanns tolkning - samtidigt som tendensen bland framstående personer att exponera sitt privata känsloliv kan generera ett konstruktivt utfall.

Vårt material tyder på att diskursen kring psykisk ohälsa håller på att förändras till det bättre. Genom att influencers som har (haft) psykisk ohälsa kliver ut i sociala mediernas rampljus initieras samtal som tidigare hänförts till den bakre regionen. Dessutom kan personliga användargenererade videor i fråga om psykisk ohälsa fungera som stöd för såväl publiken som för den avsändande offentliga personen. Mycket av verkningskraften ligger i videornas potential att skapa en intim sfär i det offentliga rummet, och bekännelsekulturens funktion blir att skapa ett allmänintresse för frågan såväl som att driva den offentliga personen till att initiera samtalet. När väl individen, influencer såväl som publik, känner sig som en del av gemenskapen inges hon en känsla av trygghet. Tryggheten och gemenskapen uppmuntrar individen till att prata än mer öppet om sin psykiska ohälsa, och i och med detta skapas utrymme för att förändra diskursen. Genom att belysa sin egen psykiska ohälsa vittnar influencers om att psykisk ohälsa inte bör betrakta som något avvikande. Istället pekar situationen mot att "alla" - oavsett eventuell framgång - kan drabbas av psykisk ohälsa. Genom att motverka bilden av psykisk ohälsa som motsatsen till normen och förnuftet kan en eventuell stigmatisering förgöras, och en diskursförändring kan ske. Med det sagt finns det anledning att revidera en tidigare förståelse för bekännelsekulturen som ett verktyg för att göra individen mer säljbar, för att istället se till bekännelsekulturens potential att fungera som en diskursiv brytpunkt. Vår analys gör det tydligt att den ökade benägenheten bland framstående personer att nyttja sina sociala kanaler till att tala mer öppet om personliga företeelser kan generera verkligt viktig förändring. Samtalen kan bidra till att tidigare system, maktmönster och normer som verkat för att bibehålla en stigmatisering utmanas. Erkännandet av bekännelsekulturen som medel för diskursförändring gör det möjligt att förstå och nyttja det offentliga erkännandet i syfte att förmedla en mer konstruktiv och sympatisk verklighetsförståelse även i andra skamfyllda och tabubelagda frågor.

Referenser

- Andersson, H. L. (2015). *Biancas långa kamp mot ätstörningen*. 13 december.
<https://www.expressen.se/noje/biancas-langa-kamp-mot-atstorningen/> (2019-11-20)
- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Cambridge: Polity.
- Bauman, Z. (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.
- Berryman, R., & Kavka, M. (2018). Crying on YouTube: vlogs, self-exposure and the productivity of negative affect. *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 85.
- Birch, M. (2012). *Mediating mental health: contexts, debates and analysis*. Farnham: Ashgate. *Disability & Society*, 29(2).
- Blomberg, L (2019). Allt fler sjukskrivna för psykisk ohälsa i länet. 15 November. *SVT Lokalt - Örebro*. <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/orebro/allt-fler-sjukskriver-sig-for-psykisk-ohalsa-i-lanet> (2019-11-29)
- Bris (2019). *Fokus psykisk ohälsa*. <https://www.bris.se/om-bris/press-och-opinion-old/fokus-psykisk-ohalsa/> (2019-11-11)
- Burgess, J. & Green, J. (2009). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity: Cambridge, UK.
- Ekström, M. & Johansson, B. (red.) (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H. & Wängnerud, L. (2012). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 4. uppl. Stockholm: Norstedts Juridik.
- Fergie, G., Hunt, K., & Hilton, S. (2016). Social media as a space for support: Young adults' perspectives on producing and consuming user-generated content about diabetes and mental health. *Social Science & Medicine*, 170, 46–54.
- Folkhälsomyndigheten (2018). *Därför ökar psykisk ohälsa bland unga*. 26 april.
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/psykisk-halsa-och-suicidprevention/darfor-okar-psykisk-ohalsa-bland-unga/> (2019-11-11)
- Folkhälsomyndigheten (2019). *Statistik över vuxnas psykiska ohälsa*. 17 januari.
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/psykisk-halsa-och-suicidprevention/statistik-psykisk-halsa/vuxnas-psykiska-halsa/> (2019-11-19)

- Foucault, M. (1993). *Diskursens ordning: installationsföreläsning vid Collège de France den 2 december 1970*. Stockholm: B. Östlings bokförl. Symposion.
- Foucault, M. (2010). *Vansinnets historia under den klassiska epoken*. 6. översedda uppl. Lund: Arkiv.
- Försäkringskassan (2017). *Psykisk ohälsa bakom nästan hälften av alla sjukskrivningar*. 10 oktober. https://www.forsakringskassan.se/lut/p/z0/LcixCoAgEIDhZ2lwjFMagjbfQlziyKMkPY8Ue_0cmn6-Hzw48Iw9nthiYUzD7j3yJtguZRar9FG4EbdK-0NVctfYSWkZqH8yhUAJORCPk2ezGm00yG2nD7-QCkQ!/ (2019-11-29)
- Gardner, H and Davis, K (2013). *The App Generation: How Today's Youth Navigate Identity, Intimacy, and Imagination in a Digital World*. Yale University Press.
- Goffman, E. (2009). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 5. uppl. Stockholm: Norstedts.
- Goffman, E. (2014). *Stigma: den avvikandes roll och identitet*. 4. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Humphrey, M. (2018). *Confession narratives and mass kinship of YouTube celebrities: A narrative rationality analysis*. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 9(2), 225–237.
- Ingresso, B. (2017). *En dag i taget*. 6 oktober. <https://biancaingrosso.se/2017/10/06/en-dag-i-taget/> (2019-11-20)
- Jerngren, S. (2018). *Tackar sociala medier för mitt perfekta liv*. *ekuriren*. 16 juni. <https://www.ekuriren.se/nyheter/tackar-sociala-medier-for-mitt-perfekta-liv-sm4501925.aspx> (2019-12-02)
- Kerson, T. S. (2012). *Epilepsy Postings on YouTube: Exercising Individuals' and Organizations' Right to Appear*. *Social Work in Health Care*, 51(10), 927–943.
- Lam, N. H. T., Tsiang, J. T.-H., & Woo, B. K. P., (2017). *Exploring the Role of YouTube in Disseminating Psychoeducation*. *Academic Psychiatry*, 41(6), 819–822.
- Ledin J, & Moberg U, (2019). *Språklig analys av text*. I Ekström, M. & Johansson, B. (red.). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap*. 3. uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Lindgren, T (2016). *Ibland mår jag inte så bra*. Stockholm: Bokförlaget Forum
- Livingston, J. D., Cianfrone, M., Korf-Uzan, K. & Coniglio, C. (2014). Another time point, a

- different story: one year effects of a social media intervention on the attitudes of young people towards mental health issues. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*. 49:6, 985–990.
- Lo, A. S., Esser, M. J., & Gordon, K. E. (2010). YouTube: A gauge of public perception and awareness surrounding epilepsy. *Epilepsy and Behavior*, 17(4), 541–545.
- MacLean, S. A., Basch, C. H., Reeves, R., & Basch, C. E. (2017). Portrayal of generalized anxiety disorder in YouTube™ videos. *International Journal of Social Psychiatry*, 63(8), 792–795.
- Mastberg, H (2017). Hon vågade släppa perfekta fasaden – överöstes med kärlek. *Aftonbladet*. 22 april. <https://www.aftonbladet.se/svenskahjaltar/a/JdPA7/hon-vagade-slappa-perfekta-fasaden--overostes-med-karlek> (2019-11-06)
- Medieakademin (2019). Maktbarometern 2019 – En kartläggning av makt i våra största digitala kanaler. https://medieakademien.se/wp-content/uploads/2019/09/Maktbarometern_2019-GRATISVERSION.pdf (2019-11-18)
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press.
- Moln, A. (2019) Arvika i botten - näst flest sjukskrivna för psykisk ohälsa. *SVT Lokalt - Värmland*. 14 november <https://www.svt.se/nyheter/lokalt/varmland/tva-varmlandska-kommuner-varst> (2019-11-29)
- Naslund, J. A., Grande, S. W., Aschbrenner, K. A., Elwyn, G., & Haan, L. D. (2014). Naturally Occurring Peer Support through Social Media: The Experiences of Individuals with Severe Mental Illness Using YouTube.
- Nyström, J. (2019). ”Jag åt för lite och tränade alldeles för mycket”. *SVT Sport*. 1 december. <https://www.svt.se/sport/alpint/jag-at-for-lite-och-tranade-alldeles-for-mycket> (2019-12-02)
- Platz, J. (2017). Confession and Branding of Anorexia and Bulimia in My Eating Disorder Story YouTube Videos. *PostScriptum: An Interdisciplinary Journal of Literary Studies*, (ii), 57.
- Østbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen, L.O. (2004). *Metodbok för medievetenskap*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi.
- Robinson, P., Turk, D., Julka, S. & Cella, M. (2018). Measuring attitudes towards mental

health using social media: investigating stigma and trivialisation. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*. 54:1, 51–58.

Rotman, D. & Preece, J. (2010). The 'WeTube' in YouTube – Creating an Online Community through Video Sharing. *International Journal of Web Based Communities*, 6(3), 317-333.

Sangeorzan, I., Andriopoulou, P., & Livanou, M. (2019). Exploring the experiences of people vlogging about severe mental illness on YouTube: An interpretative phenomenological analysis. *Journal of Affective Disorders*, 246, 422–428.

Strangelove, M. (2010). *Watching YouTube: Extraordinary Videos by Ordinary People*. Toronto, Canada: University of Toronto Press.

Tisell, S. (2018). Hjärnforskaren: "Sociala medier orsak till ungas psykiska ohälsa". *Svenska Dagbladet*. 16 februari. <https://www.svd.se/hjarnforskaren-ungas-psykiska-ohalsa-var-tids-stora-samhallsproblem> (2019-12-02)

Tseëlon, E. (1998). *Kvinnan och maskerna*. Lund: Studentlitteratur.

TT (2018). Enkät: Sociala medier påverkar självkänslan. *Aftonbladet*. 25 januari. <https://www.aftonbladet.se/nyheter/a/L01K3p/enkat-sociala-medier-paverkar-sjalvkan> (2018-12-02)

Wahl, O. F. (1997). *Media Madness: Public Images of Mental Illness*. Rutgers University Press.

Wong, V. S. S., Stevenson, M., & Selwa, L. (2013). The presentation of seizures and epilepsy in YouTube videos. I *Epilepsy & Behavior*, 27(1), 247–250.

Woo, B. K. P., Lam, N. H. T., & Kung, E. (2018). Use of YouTube to reduce mental health stigma. *International Journal of Social Psychiatry*, 64(4), 406.


Empiriskt material

Nilsson, A. (2019). *YouTube*. <https://www.youtube.com/channel/UCQaE17VGhJfi2MYaUhweeTg> (2019-12-03)

Nilsson, A. (2019a). *Den här jäkla ångesten!!*. 10 april. <https://youtu.be/iTXEguCkW2I> (2019-11-11)

Nilsson, A. (2019b). *Min anorexia historia. Förbjuden mat och jobbiga kommentarer*. 27 januari. <https://youtu.be/dbEEh2N27kE> (2019-11-11)

- Nilsson, A. (2019c). *Vlogg: Celluliter och fett*. 13 mars.
<https://youtu.be/9piEf4DZyLs> (2019-11-11)
- Ingrosso, B. (2019). *YouTube*.
https://www.youtube.com/channel/UC_EVGyh8dABzKl0LwTw45mw (2019-12-03)
- Ingrosso, B. (2019a). *Panikångestattack och.... MIN KÄRLEK!!*. 16 april.
https://youtu.be/_nEO5QtY7TU (2019-11-06)
- Ingrosso, B. (2019b). *Bulimi och onani - 10 SAKER NI INTE VISSTE OM MIG*. 29 september. https://youtu.be/4BUu7DQIZ_s (2019-11-06)
- Ingrosso, B. (2019c). *Q&A - VAD TJÄNAR JAG I MÅNADEN? HUR MYCKET KOSTADE MIN LÄGENHET? HAR MIN BULIMI KOMMIT TILLBAKA?*. 10 april.
<https://youtu.be/dDjDBDViauI> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2019). *YouTube*. <https://www.youtube.com/user/LisetteAsays>
(2019-12-03)
- Alfredsson, L. (2018a). *PARTNER MED PANIKÅNGEST - vad ska man göra?*. 13 maj.
<https://youtu.be/x3-BeR0yYYI> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2019). *HALLOWEENSMINKNING - ångest (och en liten ful låt)*.
29 oktober. <https://youtu.be/rBSLvG7Zk0s> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2016). *10 år med PANIKÅNGEST - GRWM/STORYTIME*. 30 juni.
<https://youtu.be/QOIXbR7dtV8> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2018b). *Inlagd på psyket - GRWM / STORYTIME*. 22 april.
<https://youtu.be/lv3pPsEPp1s> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2019a). *DRAW MY LIFE - Lisette Alfredsson*. 24 oktober.
<https://youtu.be/n8UcRN9cJbM> (2019-11-06)
- Alfredsson, L. (2019b). *ANTIDEPP-SHAMING!*. 13 juni.
<https://youtu.be/3VJpujBxqFs> (2019-11-06)
- Lindgren, T. (2019). *YouTube*. <https://www.youtube.com/user/theresejindgren>
(2019-12-03)
- Lindgren, T. (2017a). *ÅRETS ÄRLIGASTE VIDEO*. 23 december.
https://youtu.be/w_K6PEy7Zs4 (2019-11-04)
- Lindgren, T. (2017b). *vlogg: ÅNGEST OCH RESFEBER*. 12 februari.
<https://youtu.be/ub-TLzDPdio> (2019-11-04)

- Lindgren, T. (2019a). *vlogg: stress, katastroftankar, kontrollbehov och tvång - RESA NUMMER 2 AV 12* . 17 februari. https://youtu.be/H_4cyzDuP50 (2019-11-04)
- Lindgren, T. (2015). *Frågestund: Min panikångest | Varför, hur och när får jag panikattacker*. 8 april. <https://youtu.be/E3wzdwOqQvs> (2019-11-04)
- Lindgren, T. (2019b). *MIN MORGONRUTIN 2019*. 3 mars.
<https://youtu.be/s6UEhyQGxfQ> (2019-11-04)

Bilagor

Kort beskrivning av valda videor

Alexandra Nilsson (2019a). *Den här jäkla ångesten!!*

Videon är filmad som en vlogg där tittaren får följa vad Nilsson gör under en dag. Medan Nilsson sminkar sig, går på ansiktsbehandling, städar, deltar på ett företagsevent och myser med hundarna berör hon ämnet ångest och psykisk ohälsa. Hon berättar i videon att hon inte velat prata om ångesten innan då hon upplevt hennes lidande av den som irrelevant, men eftersom hon upplevt en ökad ångest under den senaste perioden vill hon nu tala ut för att eventuellt kunna hjälpa andra. Under videons gång ger hon tips på sätt att hanterat sin ångest, såsom genom städning och organisering.

Alexandra Nilsson (2019b). *Min anorexia historia. Förbjuden mat och jobbiga kommentarer*

Videon är filmad som en "sitta ner och prata"-video. Nilsson inleder videon med att berätta att hon ska prata om ätstörningar och sin upplevelse som drabbad av en ätstörning. Hon säger sig ha filmat videon för att många bett henne att beröra ämnet ur sitt perspektiv. Hon berättar hur hon mår i dagsläget och hur hennes tidigare ätstörning fortfarande påverkar henne. Nilsson beskriver detaljerat hur hon mår när hon var fullt drabbad av ätstörningen och hur hon i sjukdomstillståndet hanterade träning och "förbjuden" mat. Även friskhetsförsök och återfall berörs. Hon redogör för sin syn på sig själv och sin kropp från barndomen och fram till idag, och hur hon har påverkats av sin omgivning. Nilsson avslutar med att beröra hur kommentarer från omgivningen verkligen påverkar på ett negativt sätt och uppmanar folk att sluta kommentera hennes kropp och att istället fokusera på henne som person.

Alexandra Nilsson (2019c). *Vlogg: Celluliter och fett*

Videon är filmad som en vlogg. Nilsson städar, organiserar, är iväg på ett möte om ett eventuellt podcastsamarbete, går ut med hunden och tränar. Mot slutet av videon initierar hon att "sitta ner och prata" för att mer ingående diskutera självsäkerhet och självbild i förhållande till att hennes kropp förändrats, att hon fått celluliter och gått upp i vikt. Hon pratar kort om sin fysiska förändring i förhållande till sin tidigare ätstörningsproblematik och understryker att det är naturligt att kroppen förändras om man inte går på en väldigt hård diet.

Bianca Ingresso (2019a). *Panikångestattack och... MIN KÄRLEK!!*

Videon är filmad som en kombination av en vlogg och ett "sitta ner och prata"-format, där tittaren får följa Ingresso under en dag; Ingresso fixar sig, äter middag med sin pojkvän och familj, går på möte, umgås med kompisar, jobbar och promenerar. Men videon har också ett flertal inslag där Ingresso pratar rakt till kameran, antingen sittande, stående eller gående, om olika tunga ämnen. Hela videon inleds med att Ingresso precis haft en panikångestattack, och med tårar och rinnande mascara berör hon sin psykisk ohälsa i form av utbrändhet, ångest och ätstörningar. Hon pratar om sin psykolog och rekommenderar terapi som behandlingsform till den som mår dåligt. Avslutningsvis pratar hon om att hon blivit ihop med sin före detta partner igen, och att hon inte velat berätta det offentligt då folk lämnar elaka kommentarer som hon tar illa vid sig av. Hon efterfrågar ett privatliv.

Bianca Ingresso (2019b). *Bulimi och onani - 10 SAKER NI INTE VISSTE OM MIG*

Videon är filmad i ett kombinerat format. Tittaren får följa Ingresso genom ett par dagar av jobb, socialt liv och vardag, samtidigt som hon väver in YouTubegenren "10 saker ni inte visste om mig". En av de tio sakerna hon berättar är att hennes ätstörning - bulimi - och tillhörande ångestkänslor kommit tillbaka. Hon berättar även att ätstörningen, som triggar henne att spy, har blivit ett sätt för henne att hantera ångest snarare än att vara en reflektion av hennes kroppsbild. Vidare berättar hon att hon under nästkommande höst vill ta tag i sig själv, såväl sin depression och ätstörning, som sin ångest och sitt allmänna mående. Ingresso avslutar videon med att understryka att hon inte menar att "trigga", utan att hennes syfte med videon är att vara transparent och att försöka hjälpa; hon vill finnas där för sina tittare på det sätt hon upplever att dem finns där för henne.

Bianca Ingresso (2019c). *Q&A - VAD TJÄNAR JAG I MÅNADEN? HUR MYCKET KOSTADE MIN LÄGENHET? HAR MIN BULIMI KOMMIT TILLBAKA?*

Videon är filmad som att Ingresso sitter ner och pratar med kameran och svarar på frågor. Frågorna behandlar allt från hennes inkomst, skönhet och reklamsamarbete, till tankar om hur det går med hennes ätstörningsproblematik. Ingresso nämner att hon gärna lägger frågan åt sidan för att hon anser att den ska svaras på i ett mer seriöst sammanhang, men hon utvecklar

även att det är någonting hon jobbar med dagligen och att hon därför även kan tänka sig att diskutera det i det mer avslappnade sammanhang som videon i fråga är. Hon berättar hur hon mår i nuläget i förhållande till sin problematik kring psykisk ohälsa, om återfall, och nämner att hennes följare är ett stort stöd. Hon uttrycker sig se sig själv som en förebild och försöker agera därefter. Hon berättar att hennes arbete och den bransch hon verkar i påverkar hennes psykiska hälsa eftersom branschen är väldigt utseendefixerad. Till sist bemöter hon även rykten om att hon skulle retuschera sina bilder för att bli smalare, och säger att sådana rykten skadar hennes bild som förebild som person drabbad av ätstörningar.

Lisette Alfredsson (2018a). *PARTNER MED PANIKÅNGEST - vad ska man göra?*

Videon är filmad i ett "sitta ner och prata"-perspektiv. Ämnet är hur det är att leva med en partner som är drabbad av psykisk ohälsa i form av panikångest. Alfredsson och hennes pojkvän turas om att läsa och svara på tittarfrågor om hanteringsstrategier vid en panikångestattack, redogör för upplevelsen första gången hon fick en panikångestattack i sin partners närhet, vikten av att informera sin partner om tillståndet, om panikångest olika symptom och vikten av professionell hjälp. Medan samtalet fortlöper färgar hon håret, vilket får situationen att framstå som tämligen avdramatiserad.

Lisette Alfredsson (2019). *HALLOWEENSMINKNING - ångest (och en liten ful låt)*

Videon är en sminkvideo, där hon ska visa upp en halloweensminkning. Alfredsson berättar i videon att sminkningen är inspirerad av hennes ångest. Hon berättar att hon ser ångest som en sjukdom och att hennes "riktiga jag" - "en regnbåge med massa färger och glitter" - försöker tränga sig igenom ångestens skal. Hon understryker att hon inte är sin sjukdom, utan att sjukdomen är ett lager utanpå hennes riktiga jag. Allt görs med lite skratt och roliga effekter.

Lisette Alfredsson (2016). *10 år med PANIKÅNGEST - GRWM/STORYTIME*

Videon är filmad i ett "get ready with me"-format, vilket går ut på att Alfredsson pratar om ett ämne samtidigt som hon sminkar sig. Dagens ämne är "att leva med panikångest". Alfredsson inleder videon med att förklara att hon vill lyfta ämnet i informerande och utbildande syfte. Hon förklarar att när hon själv fick sin första panikångestattack visste hon inte vad det var, och därför vill hon nu hjälpa andra att förstå. Alfredsson går igenom hur hon

uppfattar det biologiska bakom sin sjukdom, det vill säga kemisk obalans i hjärnan. Hon går sedan igenom sina tio år med sjukdomen, i kronologisk ordning, för att lyfta såväl behandlingsförsök, stegring och nedgång i måendet, som medicinering och terapi. Alfredsson poängterar att hon inte är sin sjukdom, och att det är viktigt att komma ihåg för att inte drunkna i sjukdomen.

Lisette Alfredsson (2018b). *Inlagd på psyket - GRWM / STORYTIME*

Videon är filmad i ett "get ready with me"-format - en kombination av att Alfredsson sminkar sig och samtalar om ett visst ämne. Hon pratar om att hon känt stor skam för dagens ämne, alltså att vara inlagd på en psykiatrisk mottagning. Endast hennes närmaste har hört henne tala om detta tidigare. Alfredsson pratar om sina förutfattade meningar om psykiatriska mottagningar innan hon blev inlagd. Dessa var negativt stereotypiska och härstammade från filmens värld. Alfredsson fortsätter med att berätta om sin egen upplevelse på psykiatrimottagningen och att den inte levde upp till den negativa stereotypen. Hon redogör för anledningen till inläggningen som hon pekar ut som felmedicinering. Alfredsson uppmanar alla som har behovet av att söka och att ta emot rätt behandling mot sin psykiska ohälsa. Videon avslutas med att Alfredsson poängterar att hon inte gör denna videon för att någon ska tycka synd om henne, utan för att hon när hon var yngre och inte förstod vad hon led av hade behövt något som gjorde att hon kände sig mindre ensam.

Lisette Alfredsson (2019a). *DRAW MY LIFE - Lisette Alfredsson*

Videon tillhör genren "draw my life", där digitala teckningar skapar en historia medan Alfredsson själv antar formen av en berättarröst via voice-over. Alfredsson redogör för sitt liv i kronologisk ordning. Hon berättar om en jobbig barndom präglad av en pappa som lämnade familjen och en sjuk och ofta sängliggande mamma, om fosterhemsplacering, utbrändhet, flera olika jobb, behandlingsförsök, återfall och slutligen ny behandling som lett till ett någorlunda normalt liv. Hon understryker att hennes psykiska ohälsa och panikångest består.

Lisette Alfredsson (2019b). *ANTIDEPP-SHAMING!*

Videon är utformad som ett direkt samtal mellan Alfredsson och hennes tittare genom kameran. Ämnet för videon är antidepressiva mediciner och den skam som Alfredsson anser

finns i frågan. Alfredsson understryker att rätt medicinering med antidepressiv medicin kan rädda liv. Hon redogör för den skambeläggning hon upplevt genom att människor i hennes omgivning ifrågasatt huruvida hon provat att träna, äta rätt, ta naturmedicin och så vidare. Alfredsson berättar även att det ofta frågas när hon ska sluta ta medicinen, speciellt när hon säger att hon nu mår förhållandevis bra. Alfredsson besvarar detta med att hon inte skulle må bra längre om hon slutade att ta medicinen. Hon understryker att hennes medicin rent av räddat hennes liv, och att det är tack vare den hon orkat gå till terapi och arbeta mot ett mer normalt liv. Hon berättar att hon nu vid 31 års ålder börjat acceptera att hon eventuellt kommer att behöva ta medicinen hela sitt liv. Det är inte är någonting hon är ledsen över, utan tvärtom är hon tacksam. Hon jämför även problematiken med antidepp-shaming med en person som har hjärtproblem, och Alfredsson uttrycker att hon tycker att det är synd att fysisk sjukdom och psykisk sjukdom behandlas olika; när det rör sig om psykiska sjukdomar upplever hon att samhället uttrycker det som skamligt, man förväntas lösa det själv i skymundan och utan professionell hjälp och medicin. Motsatsen gäller vid fysiska sjukdomar.


Therese Lindgren (2017a). *ÅRETS ÄRLIGASTE VIDEO*

Videon är filmad i ett "sitta ner och prata"-format där Lindgren pratar direkt till tittarna genom kameran. Videon inleds med att Lindgren understryker att hon alltid varit väldigt ärlig på YouTube med hur hon mår och vad hon gör. Hon har upplevt det som skönt då hon inte haft alltför många riktiga vänner att prata med. På senare tid har hon dock upplevt YouTube som mättat på YouTubers som talar ut om att de mår dåligt, varför hon dragit sig från att vara lika ärlig. Lindgren berättar att hon är väldigt rädd för att åter hamna i utbrändhet och återfå panikattacker, och att oron kommer ifrån att hon på senare tid börjat känna tendenser av hur hon kände vid sin tidigare utbrändhet. Hon har på senare tid inte orkat gå upp ur sängen, inget gör henne glad och hon känner motivationsbrist och utmattning. Hon beskriver att det är anledningen till att hon inte uppdaterat lika mycket på YouTube - hon har behövt "koncentrerat sig på att överleva" och har haft enkla dagsmål som att andas och ta en dusch. Lindgren säger i videon att det känns väldigt skönt att prata om det hela och att det är en lättnad för henne att dela med sig. Lindgren avslutar videon med att understryka att hon inte har några nyårsloften planerade i år, utan att samhällets krav och press är tillräckligt.

Therese Lindgren (2017b). *vlogg: ÅNGEST OCH RESFEBER*

Videon är filmad i ett vlogg-format där man får följa med Lindgrens resa från hemmet, i bilen och under en utflykt. Lindgren inleder vloggen med att säga att hon har startat om introt till videon flera gånger. Hon vill säga att hon ska iväg på resa och att hon är jättetaggad, men i verkligheten är hon inte det. Istället är hon jätterädd och bara vill gråta. Hon säger sedan att hon bara gråtit i flera dagar på grund av ångest inför resan. Hennes pojkvän kommer och hämtar henne om en halvtimme och hon har inte packat ännu. Hon gråter och beskriver de katastroftankar hon känner inför resan, och säger att det kan vara svårt att förstå om man inte upplevt samma sak. Efter 20 mils bilfärd får tittaren en uppdatering om Lindgrens resa, där hon berättar att ångesten gått ner. Hon tipsar om att köra bilen själv som en hanteringsstrategi för att känna kontroll över situationen. Utöver det är videon ångestfri och hon har en lugn turistupplevelse med hämtmat, shopping och mys på hotell.

Therese Lindgren (2019a). *vlogg: stress, katastroftankar, kontrollbehov och tvång - RESA*

NUMMER 2 AV 12 

Videon är filmad som en vlogg, där tittaren får följa med när Lindgren reser tillsammans med sin pojkvän. Under videons gång jämförs denna resan med föregående resa, och hon upplever att denna har inneburit signifikant mycket mindre ångest. Hon ger tips för att hantera sin reseångest, som att till exempel gå och träna eller ta en promenad. Hon berättar om en uppstressande händelse från gårdagen med en häst som skrämde henne och utlöste ångestpåslag, men senare i videon hälsar hon på hästen och det hela tycks löst. Lindgrens terapeut har förklarat för Lindgren att hon har ångest med tvångsinslag, och Lindgren redogör för samtalet och vad ångesten innebär. För Lindgren har reseångesten bland annat inneburit att hon alltid vill veta vart närmaste sjukhus ligger och att hon alltid vill ha lugnande medicin i fickan. Statusuppdateringarna i fråga om hennes ångest fortlöper under videons gång, och hon rundar av med att berätta att hon inte känner någon ångest utan bara lever livet. Utöver detta visar videon Lindgren och hennes pojkvän mysa med hundarna, äta mat på restaurang och gå promenader på den gård de rest till.

Therese Lindgren (2015). *Frågestund: Min panikångest | Varför, hur och när får jag panikattacker*

Videon är filmad i ett sitta-ner-och-prata-format - Lindgren pratar med kameran medan hon besvarar inskickade frågor. Lindgren berättar om panikångestens individuella karaktär; att vad som triggar hennes panikångest triggar inte nödvändigtvis någon annans, den behandlingsmetod som funkar för henne funkar inte nödvändigtvis för alla och själva panikångesten ter sig olika. Hon poängterar att hon inte är varken psykolog eller läkare, inte är utbildad inom ämnet och inte heller har facit i hand, utan att hon bara kan berätta om sin situation och upplevelse. Lindgren beskriver första gången hon fick en panikattack och förklarar i detalj hur det kändes, redogör även för upplevelsen fysiskt och psykisk när hon får panikattacker. Lindgren förklarar symptomen som att kroppen förbereder sig på att slåss eller fly, och hennes beskrivningar är genomgående rationella vad gäller exempel såväl som biologiska förklaringar. Lindgren förklarar att behandlingsförsöken mot panikångest har varit tidskrävande, eftersom hon behövt ta sig igenom exempelvis att åka buss till jobbet hundra gånger för att sluta vara rädd för situationen. Lindgren berättar ingående om flertalet självupplevda panikångestattacker, sina försök till behandling, situationer som utlöser attackerna för henne och sina självupplevda begränsningar. Hon skildrar sin kropp som ett smärre fångelse.

Therese Lindgren (2019b). *MIN MORGONRUTIN 2019*

Videon är filmad i ett kombinerat format. Lindgren börjar med att sitta ner och pratar med kameran, för att sedan filma sin morgonrutin bestående av morgonmys med sina hundar, frukost och att göra sig iordning. Videon är i reklamsamarbete med Fisherman's Friend och deras kampanj om vardagsstyrka, där Lindgren ser hennes morgonrutin som vardagsstyrka. Hon berättar om egen morgonångest, något som hon sedan ger en kemisk förklaring till. Lindgren berättar att hon i perioder lidit av morgonångest i den mån att hon fasat för att gå och lägga sig. Hon förklarar att hon arbetat med att skapa en mysig morgonrutin just för att ge sig själv de bästa förutsättningarna för en bra morgon. Hon understryker att "därför är mornar vardagsstyrka för mig" samtidigt som hon visar upp samarbetspartners produkt och upprepar kampanjens motto om vardagsstyrka, varefter hon visar sin morgonrutin.