

FORSKNINGSRAPPORT

ROSABLOGGERES PÅVIRKNING PÅ JENTER I AGDER

Bidrag til Eilert Sundt-prisen 2017



DROTTNINGBORG VIDEREGÅENDE SKOLE

15.03.2017

**Jensen, Kamilla
Khoshnood, Maryam
Nordhagen, Karine
Valseth, Marie**

Innhold

1 Innledende ord	3
1.2 Forskningsspørsmål.....	3
1.3 Bakgrunn/Setting.....	3
1.4 Norske rosabloggere.....	5
1.4.2 Nysgjerrighet og skepsis.....	5
1.5 Hypoteser og forventninger	6
2 Teori.....	8
2.2 Påvirkning	8
2.3 Ulike medieteorier	9
2.4 Selvbilde	10
2.4.2 Kosmetisk kirurgi	11
3 Metode	12
3.2 Valg av metode	13
3.3 Spørreundersøkelsen.....	13
3.3.2 Informantene	13
3.3.3 Innsamlingsprosedyrer	14
3.3.4 Feilkilder.....	14
4 Analyse og drøfting.....	15
4.2 Respondentenes bloggbruk	15
4.3 Analyse 1	16
4.4 Analyse 2.....	18
4.5 Analyse 3.....	18
4.6 Analyse 4.....	18
5 Konklusjon og avsluttende ord.....	20
Kilder:.....	21
Vedlegg.....	23

1 Innledende ord

“Skal vi virkelig bare sitte her å se at media fremmer uekte idealer på daglig basis, og igjen akseptere at unge jenter sitter igjen med tidenes kroppspress?” - Blogger Kristin Gjelsvik (2016)

Gjelsvik er selv blogger, og er kritisk til verdiene mange norske bloggere fremmer. Fenomenet blogg, som du i denne oppgaven vil lese mer om, har vokst svært de siste årene. Målgruppen til et stort flertall av norske blogger er ungdommer, og da spesielt jenter.

Ungdomstida er en stormende periode. Mange impulser og inntrykk er med på å påvirke og forme deg som person. Men hva skjer når det du sammenligner deg med ikke stemmer med virkeligheten? I dette prosjektet skal vi videre se på hvordan bloggere påvirker leserne sine.

1.2 Forskningsspørsmål

På grunn av nysgjerrighet rundt dette emne, og at vi vet at blogg er svært dagsaktuelt, er problemstillingen vi ønsker å finne svar på:

Hvordan påvirkes selvbildet til unge jenter i Agder av “rosabloggere”?

Vi tenker å besvare spørsmålet ved å se på hvor mye tid disse jentene avsetter til å lese rosablogger, samt årsaken til at de leser blogg, og finne om det har en sammenheng med deres eget selvbilde.

1.3 Bakgrunn/Setting

Bloggplattformen har vært aktuelt i snart to tiår. Skille var i årene mellom 2005 og 2010 da terskelen for å opprette blogg ble svært lav. Allikevel kan man si at det er først de siste årene at blogg virkelig har eksplodert. (Wikipedia, 2017, 02.01)

Barnevakten.no lagde en sak etter en undersøkelse Statistisk Sentralbyrå gjorde i 2012 (Thomassen, 2014). Et representativt utvalg av befolkningen (omtrent 2000 personer) i alderen 9-79 svarte på spørsmål om deres bruk av massemedier.

De presenterte følgende:

“Aldersgruppen 9 til 15 år er definitivt den største gruppen av blogglesere. Hele 23 prosent av denne gruppen oppgir at de leser blogg daglig. I gruppen 16-24, som utgjør et aldersspenn på ni år, er det 17 prosent som oppgir at de leser blogg, og deretter er andelen sterkt synkende oppover i alderstrinnene. Undersøkelsen viser også at det er over tre ganger så mange jenter/kvinner enn gutter/menn som leser blogg” (Thomassen, 2013, 17.04).

Hvem som helst kan opprette en blogg, og dele sine tanker, meninger, bilder og videoer. For de fleste er blogg et verktøy for å holde venner og familie orientert om hva som skjer i bloggerens verden. For mange er det en flott mulighet for å ha en stemme, å si det en mener, og være sikker på at en blir hørt. Hvem som helst kan altså opprette en blogg, og en kan også skrive om hva man vil, og dele hva man vil. I dag finnes det derfor utallige forskjellige typer blogger; matblogger, sportsblogger, reiseblogger, politiske blogger og så videre. Vi skal gå mer inn på en bestemt bloggtype som kalles “rosablogg”.

De største rosabloggene i Norge har over 40 000 lesere hver eneste dag. (Blogglisten, 2017, 14.02) En rosablogger defineres som en blogger som i hovedsak skriver om seg selv og glansbilder fra sin egen hverdag, hvor livet blir framstilt som «perfekt». Det skrives i stor grad om hva de foretar seg, utseende og mote. Andre temaer kan bli belyst, men hovedfokuset ligger på hvordan hverdagen kan bli vakrere ved hjelp av de beste produktene og merkene. (Vold og Tørdal, 2011, 13.09)

Disse bloggerne bretter ut om sitt “perfekte liv” på Internett, hvor ingenting av det som blir skrevet kan trekkes tilbake. Det blir skrevet uten å ta hensyn til hver enkelt mottaker, bloggerne kan ikke vite hvem som sitter i andre enden av skjermen og leser.

1.4 Norske rosabloggere

#	Blogg	unike	visninger
1	 Anna Rasmussen - Mammatilmichelle	58604 ↓	113890
2	 Caroline Berg Eriksen	54711 ↑	115255
3	 ↑ 1 Sophieelise	41345 ↑	71524

Over er en oversikt over de tre mest leste bloggene 01.03.17; Mamma til Michelle (Anna Rasmussen), Caroline Berg Eriksen og Sophie Elise (blogglisten.no). Disse er tre av de største bloggerne i Norge, med over 40 000 lesere (unike) om dagen. De tre bloggerne defineres alle som rosablogg. Temaene som går igjen hos alle tre er hovedsakelig hverdagsliv, skjønnhet, mote og trening. Alle bloggerne har utført kosmetiske inngrep/kirurgi, enten i lepper, nese og/eller bryst. Også skjønnhetsrelaterte midler, slik som vippe- og hair extensions, permanent farge på bryn og lepper, bleking av tenner og påsatte negler, blir hyppig brukt av bloggerne. Produktene og behandlingene er i en del tilfeller sponset, og bloggeren vil derfor fronte produktet eller behandlingen i et godt lys på sin egen blogg. Naturlig skjønnhet, det sårbare og råde blir byttet ut med filter, fillers og det perfekte utsnitt. Man kan til og med gå så langt å si at det blir framstilt en falsk og uekte versjon av livet. Det vil derfor være grunn til å tvile på om dette er de ideelle forbildene som unge jenter skal sammenligne seg med. Bygges selvbildet opp, eller vil det bli revet ned?

1.4.2 Nysgjerrighet og skepsis

Vi er altså nysgjerrige på hva det har å si for unge jenter at de bruker mye av tiden sin på å lese om andre som i stor grad fremstiller livet sitt som “perfekt”. Retusjerte bilder og opererte kropper fremmer et utseende som vil være uopnåelig. Det er også interessant å nevne at bloggen vil i mange tilfeller være hovedinntekten til selve bloggeren. For å holde oppe inntektene er de altså avhengige av å holde lesertallet oppe. Man skriver da det som vil tilfredsstillere leseren, og ofte vil en perfekt og “feilfri” verden lokke folk til å lese. Samtidig er det ikke bare det man viser som er

med på å påvirke, men også det man *ikke* viser. Det usminkede, uredigerte, det som er *bak* fasaden blir sjeldent vist frem.

Vi skriver ikke dette for å “angripe” rosabloggere, men tenker at dette er sannheter som er viktig å ta stilling til. Unge mennesker som sitter og leser og ser på dette, er ikke nødvendigvis klar over at alt de leser ikke nødvendigvis er den absolutte sannhet. Vi er redd for at verdien av *gode og dårlige dager* og *naturlig skjønnhet* vil bli glemt.

Allikevel vil det bli feil å skjære alle bloggere og blogginnlegg over samme kam. I august 2016 ble det lansert 10 nye retningslinjer til norske bloggere. Disse retningslinjene ble utarbeidet av kvinneguiden.no, United Influencers og psykiater Finn Skårderud, i samarbeid med Bonnier Media og Aller Media (Unitedbloggers, 2017). Retningslinjene blir kalt for “Sunn fornuft plakaten”, og er ment for å bevisstgjøre opinionslederne når det kommer til deres påvirkningskraft angående kroppsbilde og idealer. Under er et utklipp fra plakaten hvor man ser retningslinje 1, 2 og 3. Retningslinjene dekker temaer som mat, trening, vekt, retusjering av bilder o.l. Poenget er å redusere negativ og uvitende påvirkning i bloggverdenen.

1. **Unngå å skrive hvor mye du veier, BMI, kaloriinntak, midjemål, armmål og liknende tall.** Husk at du har unge lesere som sammenlikner seg med deg.
2. **Unngå å være for bastant når du skriver om positive eller negative sider ved en enkelt matvare eller en livsstil.** Husk at du skriver fra egen erfaring og ikke er fagperson. Det som er bra for deg er ikke nødvendigvis bra for alle andre.
3. **Bilredigeringsprogram kan være fint for å justere lys, farger og utsnitt, men unngå å endre kroppsstørrelse eller fasong.**

1.5 Hypoteser og forventninger

Som nevnt tidligere har vi valgt å ha et forskningsprosjekt om rosabloggere, fordi vi er nysgjerrige på dette emnet. Før selve forskningen begynner, har vi noen forventninger til hva vi tror vi vil finne ut. Vi tror at rosabloggere har negativ påvirkning på unge jenter. Tanken er at jo

mer tid man bruker på å lese rosablogg, jo mer påvirket vil man være. Dermed vil de som leser mye rosablogg ha et dårligere selvbilde enn de som oppgir at de aldri leser blogg. Grunnen til at man leser blogg *kan* ha noe å si angående påvirkning, men ikke nødvendigvis. Dersom man sier at man leser blogg kun når man kjeder seg, betyr ikke det nødvendigvis at en ikke blir påvirket. Likevel tror vi at vi vil se en større påvirkning blant de som oppgir at de leser blogg fordi de ønsker å bli som dem. Til slutt forventer vi se mye varierte svar, da jenter mellom 13- og 19 år er svært forskjellige. Samtidig tror vi at vi vil finne både mønster og sammenhenger i resultatene.

2 Teori

En blogg kommer fra engelsk språk: blog- en kortform av weblog, av web, «vev» og log, «logg» eller på norsk også vevlogg. Dette er en betegnelse på en oppdatert internettside hvor én eller flere forfattere ytrer synspunkter og forteller omverdenen om det som skjer. Blogg kan sies å være en egen sjanger innenfor det vi kaller digitale tekster. (Wikipedia, 2017)

Vi vil nå ta for oss relevant teori som vi ønsker å knytte forskningen vår opp mot. Til å starte med vil vi redegjøre for hva begrepet *massemedier* vil si. Massemedier kan defineres som *teknologiske meddelelsesmidler som gjør det mulig å nå et stort og sammensatt publikum på kort tid innenfor et geografisk vidt område* (Westersjø, Kval, Andreassen & Henningsen, 2015 s. 89). Blogg vil da falle under denne kategorien og defineres som et massemedium. Blogg betegnes også som et *personlig medium*. Blogg åpner for en form for personlig kommunikasjon, og via bloggen kan man både uttrykke seg via meninger og tanker, og vise bilder. Samtidig vil blogg kunne defineres som *massekommunikasjon*, da det er én sender som formidler et budskap til andre.

2.2 Påvirkning

Mye av sosialiseringen vår skjer i grupper. I tillegg til primærgruppe og sekundærgruppe, kan vi også påvirkes av noe som kalles en referansegruppe. En referansegruppe er *en gruppe vi sammenligner oss med*. Det finnes både positive og negative referansegrupper. Hvor da negative referansegrupper er en gruppe man ikke vil sammenligne seg med (Westersjø, m.fl. 2015, s. 62).

Det har blitt gjort mye forskning på mennesker og påvirkning. Blant annet professor emeritus Inge Bø ved Senter for atferdsforskning, Universitetet i Stavanger, har skrevet en del om dette temaet. I 2005 ga han ut boka "Påvirkning og kontroll" (Bø, 2005). Bø mener at vi mennesker både påvirker og påvirkes. Han mener at våre sosiale liv er dynamiske og at vi påvirkes både direkte og indirekte. Han snakker om et mangfold av ulike teknikker og prosesser som påvirker oss. Disse teknikkene og prosessene inkluderer blant annet; sosialisering, kommunikasjon, massemedier, etterligning, gjensidighet, konformitet, kontroll, føyelighet, propaganda og fiktivt sosialt press. Uttrykk som er relevante når det kommer til påvirkning fra blogger, i tillegg til

kommunikasjon og massemedier, er konformitet, og etterligning. Når et individ gir etter for ulike forventninger om å innordne seg og være som andre, vil disse begrepene være relevante (Ruth, 2015).

Med én eller flere rosabloggere som sin positive referansegruppe, vil en sammenligne seg selv med dem og tolke sin egen stilling i lys av dem. Konformitet vil si at man tilpasser holdninger eller atferd ut fra hva som fremstår som sosialt akseptabelt (Dalsklev, 2014). Etterligning handler om å se på en persons, eksempelvis en rosabloggers/en referansegruppes, holdninger, utseende osv. og deretter gjøre det samme.

2.3 Ulike medieteorier

I dagens samfunn skjer påvirkning gjerne gjennom mediene. Mediene er med på å forme vår forståelse av verden. Våre verdier, livsstilen og vår personlige identitet er sterkt knyttet til impulsene vi får fra media. Vi tar nå for oss tre ulike teorier om mediepåvirkning:

Fram til rundt midten av 1950-årene gjaldt teorien om *de allmektige mediene*. Teorien sier at mediene har både direkte og stor påvirkning. Folkemassen var lett påvirkelig, og i tillegg hadde mediene grenseløs makt. Mange mente at folket var “kritikkløse individer som uten videre trodde at budskapet fra mediene var sannheten”. Teorien fra 1940-1960 åra, *de avmektige mediene*, sier at personlig kommunikasjon er viktigere enn medienes budskap. Man legger særlig vekt på *tostegshypotesen*; Mediepåvirkning skjer *via* en gruppe personer, som gjerne er mer kunnskapsrike og har mer påvirkning enn andre. Denne gruppa med personer blir kalt for *opinionsledere*. Det er altså opinionsledernes holdninger som er viktig for at et budskap skal få gjennomslag hos andre. De siste 30-40 åra har man kommet fram til teorien om *de mektige mediene*, som er en god blanding av de tidligere nevnte teoriene. Forskere har kommet til enighet om at mediene har ganske stor påvirkning, men det er vi selv som velger vårt mediebudskap. Teorien sier at vi som individer har et kulturelt ståsted som påvirker hvordan vi forstår mediene. Det er over tid at mediene påvirker både oss og samfunnsutviklingen. Det er også viktig å se på hvordan individene bruker mediene. Vi som brukere kan oppfatte budskapet på andre måter enn senderen tenker, fordi vi er aktive og selvstendige (Westersjø, m.fl. 2015, s. 96-97).

Innen læren om individets atferd skiller man mellom to teorier; Handlingene våre er påvirket av indre biologiske krefter, og at samfunnet og kulturen vi lever i legger vekt på de ytre forholdene, altså påvirkning fra fellesskapet og menneskene rundt oss (Westersjø m.fl. 2015, s.19). Derfor velger vi å ha hovedfokuset på teorien om de mektige mediene. Blant ungdommer i dagens samfunn er blogg stort utbredt. Allikevel velger man selv om man vil lese blogg, og hvilke man leser.

2.4 Selvbilde

“Flere jenter nå enn for få år siden er misfornøyd med egen kropp og har negativt selvbilde. Forsker tror kropp og utseende har fått større betydning for selvbildet enn tidligere” (Thomassen, 2014, 12.03).

Selvbildet er en viktig del av identiteten vår. Det dreier seg om hvordan vi ser på oss selv, på godt og vondt. Selvbildet utvikles gjennom hele oppveksten og påvirkes av de tilbakemeldingene vi får fra omgivelsene våre på væremåten vår. Gode tilbakemeldinger bidrar til et godt selvbilde, mens stadig kritikk medvirker til å gi et dårlig selvbilde (Fossbråten. 2012, 03.01).

Liv Duesund er professor og har doktorgrad i spesialpedagogikk. I 2017 ga hun ut boken “Kropp, kunnskap og selvoppfatning” (UIO, 2016). Duesund mener at synet en person har på seg selv er sosialt påvirkbart og kan derfor også være ustabil.

I en artikkel på Universitet i Oslo sine sider for psykologisk institutt har Julie Jacobsen skrevet en artikkel basert på forskning gjort av førsteamanuensis ved psykologisk institutt Ingela Lundin Kvaalem. I den skriver hun om at “mennesker alltid har verdsatt skjønnhet, men presset om å passe inn i skjønnhetsidealene er spesielt sterkt i dag. Aldri har fokuset på kropp og utseende vært så massivt som i dagens globaliserte verden”. Og at “mange, kanskje særlig ungdom, er misfornøyd med eget utseende og kropp, og sliter med selvbildet på grunn av dette” (Jacobsen, 2016).

2.4.2 Kosmetisk kirurgi

Når det gjelder negativt kroppsbilde og selvbilde sier Kvaalem at det er betydelig vanligere blant kvinner enn menn. Hun forklarer at kroppsidealet ligger ofte lengre unna en gjennomsnittlig kvinnekropp, enn hva som er tilfellet for men. I samme artikkel skriver Jacobsen om at kosmetisk kirurgi blir mer og mer vanlig i dagens verden. Svært ofte vil begrunnelsen til mennesker som ønsker å utføre kosmetisk kirurgi være at de ønsker bedre selvfølelse. Om inngrepene har effekt er det neste spørsmålet. Forskning viser nemlig at kosmetisk kirurgi ofte har lite å si for individets selvbilde. I et prosjekt ved Colosseumklinikken, ble flere pasienter fulgt opp etter utførelse av operasjon. Forsker Tilmann von Soest ledet oppfølgingsprosjektet. Han presenterte at i etterkant ble vanligvis pasienten mer fornøyd med den opererte kroppsdelen, men at den konkrete endringen har liten innvirkning på det generelle selvbildet over tid (Jacobsen, 2016).

3 Metode

Epistemologi er begrepet for læren om viten og erkjennelse. Innenfor samfunnsvitenskapelig forskning er det vanlig å dele epistemologien i to retninger; positivisme (naturvitenskapelig retning) og hermeneutisk-fenomenologisk retning (Bryman, 2008).

Den tradisjonelle naturvitenskapelige forskningen har holdt validitet og reliabilitet som kvalitetsmarkører høyt. Den naturvitenskapelige retningen blir ofte kalt positivisme. Positivister, med østerrikske filosof og vitenskapsteoretiker Karl Popper i front, hevder at deduktiv, nomotetisk forskning er den eneste gyldige veien til kunnskap (UIA, Pedersen, 2017). Kvantitative metoder fremstår ofte som mer «vitenskapelig» enn kvalitative metoder (Melvær, 2014). Innenfor den kvantitative retningen har ofte kvalitativ forskning blitt kritisert for å være umulig eller vanskelig å måle kvaliteten på. Nettopp fordi i samfunnsvitenskapelig og kvalitativ forskning er det så og si umulig å konkludere, og det eneste man kan påstå etter slik forskning er at noe er mer sannsynlig enn noe annet. Validitet kan også kalles gyldighet, og handler om hvorvidt man har klart å måle det en sa en skulle måle. Reliabilitet eller pålitelighet handler om kvaliteten på selve forskningen samt dataene en har samlet inn. Validitet og reliabilitet er i utgangspunktet kvantitative begrep.

Innenfor naturvitenskapelig retning skal forskningen være helt objektiv. Sosiale fenomen må oppfattes med sansene for å være gyldige funn. Innsamling av fakta og data danner grunnlag for nye vitenskapelige lover, og hypoteser skal kunne testes.

Den andre retningen er hermeneutisk-fenomenologisk retning. Hermeneutikk er læren om fortolkning av tekster (Alnes. 2015, 12.05). Mens fenomenologi er læren om fenomener. (Tjønneland. 2012, 29.11).

Hermeneutikk blir særlig brukt av forskere innen humaniora, teologi, jus og statsvitenskap. Forskerne innen disse områdene må nemlig fortolke noe man ikke kan måle og veie.

Hermeneutikken ble i første omgang brukt av jurister og teologer, som skulle tolke lover og Bibelen. På 1800-tallet utviklet den tyske filosofen Friedrich Schleiermacher hermeneutikken til å handle om andre ting enn skriftlige tekster. Senere på 18 -og 1900-tallet ble hermeneutikken videreutviklet til en filosofisk retning av ulike filosofer. Det var spesielt viktig for mange

filosofer fordi de sto sterkt ved det at noen ting her i verden kan bare forklares ved hjelp av filosofiske retninger og vitenskapsteorier som hermeneutikken (Melvær, 2014).

3.2 Valg av metode

Til vårt forskningsprosjekt kunne vi forsåvidt valgt både kvalitativ eller kvantitativ retning, og funnet gode svar fra begge. Grunnen til at vi valgte å gå den kvantitative veien, altså å samle inn tallfestet data, var for å få et bredere perspektiv av spørsmålet vårt. Vi ønsket et representativt utvalg av enheter slik at resultatene kunne generaliseres, og reliabiliteten til forskningen blir styrket. Ved å velge den kvantitative retningen, vil vi lettere få inn større mengder data på kortere tid. Ønsket er å gjøre et kartleggende forskningsprosjekt, hvor vi spør om en mengde forskjellige ting, og ser etter sammenhenger og mønster. Kvantitativ metode er som sagt ofte knyttet opp til vitenskapelig forskning. Likevel vil vi si at i vårt tilfelle har vi i stor grad gått den hermeneutisk-fenomenologiske retningen. I analysen vil vi tolke svarene vi har fått og se etter mønster. Samtidig handler forskningsspørsmålet vårt om rosablogger som fenomen.

3.3 Spørreundersøkelsen

Som sagt valgte vi å gjennomføre en kvantitativ undersøkelse, som ble laget elektronisk i EasyQuest. Den endelige spørreundersøkelsen bestod av 8 spørsmål, hovedsakelig avkryssing og et tekstboks-svar (se vedlegg). En kort og presis undersøkelse gjorde informantene mer villig til å ta den, samtidig som det er greiere for oss å analysere den. Vi prøvde å stille lure spørsmål, i den forstand at det ikke var innlysende for informantene hva vi er “ute etter”. Alle spørsmålene er der med en hensikt, og de henger sammen slik at vi kan se etter mønster og tendenser. I undersøkelsen hadde vi også med en definisjon på hva rosablogg er, slik at vi var sikre på at vi gjorde oss forstått.

3.3.2 Informantene

For å begrense forskningsområdet valgte vi å avgrense området til Agder, altså at vi kun ville ha informanter som bor i Aust- eller Vest-Agder. Informantene begrenset vi i tillegg til tenåringsjenter, som vil si jenter mellom 13- og 19 år. Dette valgte vi å gjøre på grunn av statistikken, som nevnt tidligere, sa at det er flest ungdommer som leser blogg. De siste årene har det i tillegg vært mye snakk om selvbildet hos dagens ungdom, også kalt “generasjon prestasjon”.

I undersøkelsen ba vi om å krysse av på riktig alder, for å gjøre det enda klarere for informantene at aldersgruppa vi ønsket var mellom 13 og 19 år. Dette var for å sikre oss at aldersgruppa vi ville analysere stemte med det vi ønsket. I analysen vil vi derfor ikke fokusere på hver enkelt aldersgruppe, men heller tenåringer som en gruppe.

3.3.3 Innsamlingsprosedyrer

Vi la undersøkelsen ut på facebook-sidene til to på gruppa som kommer fra Agder. Facebook er en grei løsning for lett å spre undersøkelsen, samt lett å få respons, i og med at de fleste tenåringer er innom Facebook daglig. Her fikk vi mye svar, men vi opplevde at vi fikk lite svar spesielt i alderen 13-15. Vi valgte derfor å sende undersøkelsen til Grimstad ungdomsskole, for å få mer respons fra ungdomsskolealderen. Vi stanset undersøkelsen da vi hadde i alt 130 svar.

3.3.4 Feilkilder

Vi ville at undersøkelsen vår skulle være både anonym og frivillig. Siden vi la den ut på Facebook har vi fått litt ujevnt antall svar da det kommer til alder. Derfor er resultatene litt mindre representative enn ønsket. Vi ser blant annet at av respondentene våre er det et noe overtall av 17-åringer. Dersom vi hadde hatt mer tid på dette prosjektet ville vi ha oppsøkt én skoleklasse for hver alder. Vi er også klar over at å publisere undersøkelsen på et sosialt medium kan resultere i feilkilder fordi det da er bare de spesielt interesserte som klikker seg inn. Men vi prøvde å ikke gjøre tittelen på undersøkelsen altfor avslørende. Vi kalte den “Forskningsprosjekt-Rosabloggere”, og skrev ingenting om at prosjektet fokuserer på påvirkning av selvbilde. Vi håper at dette ga oss mer ærlige svar, da respondentene ikke var klar over hva vi egentlig skulle se etter. I og med at vi ikke har møtt informantene våre, kan vi ikke være helt sikre på at alle svar er seriøse. I analysen må vi velge å stole på svarene vi har fått. Unge jenter blir også påvirket av mange flere faktorer enn bloggene de leser, og vi kan derfor ikke garantere at det er en direkte sammenheng i absolutt alle tilfellene. I undersøkelsen vår vil vi likevel ta utgangspunkt i dataene vi har samlet inn, se etter mønster og analysere disse, samt forsøke å komme med konklusjoner som er mest mulig lik virkeligheten.

4 Analyse og drøfting

Etter å ha lest nøye gjennom resultatene, og dobbeltsjekket alle tall, fra undersøkelsen vår skal vi nå presentere funnene og drøfte rundt disse. Som nevnt tidligere stoppet vi bevisst spørreundersøkelsen da vi hadde fått inn 130 representative svar. Undersøkelsen ble laget i EasyQuest og delt på facebook og utvalgte skoler. Resultater fra EasyQuest kan enkelt formateres til Excel. Dette gjorde vi i analyseringsprosessen. I Excel kan man se hva hver enkelt har svart. Undersøkelsen inneholder en del spørsmål hvor man kan svare flere alternativer. Da vi åpnet resultatene i Excel kunne vi se kombinasjonene de ulike svarte og ikke bare summen av dem som svarte hvert alternativ.

4.2 Respondentenes bloggbruk

Det første relevante spørsmålet er da vi spurte respondentene hvor ofte de er innom en rosablogg. Da fikk vi følgende svar:

Figur 1:



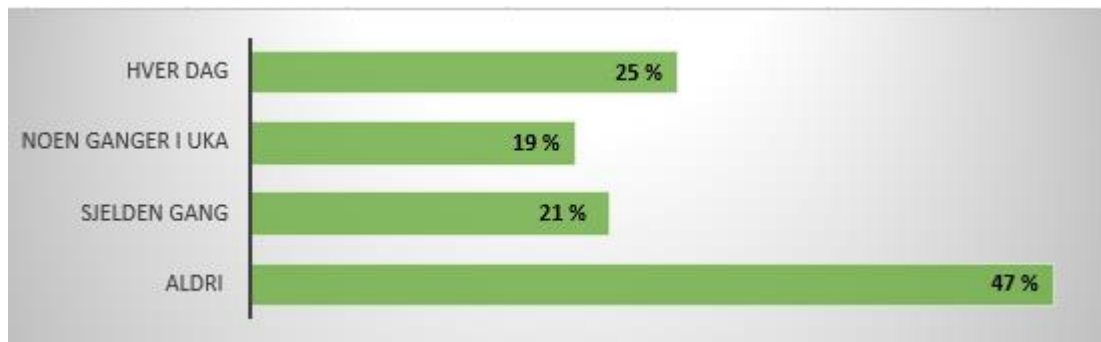
Vi ser at på dette spørsmålet er svarene nokså jevnt fordelt i de fire lesergruppene. Dette vil gjøre funnene i analysen mer representative, enn om for eksempel en av lesergruppene hadde hatt stor overvekt av svar. Dersom et stort flertall av representantene våre leste blogg hver dag, ville store deler av analysen vært basert på disse, og vi ville ikke fått sett flere sider av saken.

4.3 Analyse 1

På et av spørsmålene våre skulle respondentene krysse av på en eller flere påstander de kjente seg igjen i. Vi sammenlignet resultatene fra dette spørsmålet med hvor ofte hver enkelt hadde oppgitt at de leser blogg. Vi hadde listet opp i alt seks påstander, hvor fem av dem tydet på et mer negativt selvbilde. Alternativer var for eksempel: “Jeg føler meg overhode ikke komfortabel uten sminke i offentligheten” eller “Jeg er svært misfornøyd med en eller flere ting ved meg selv”.

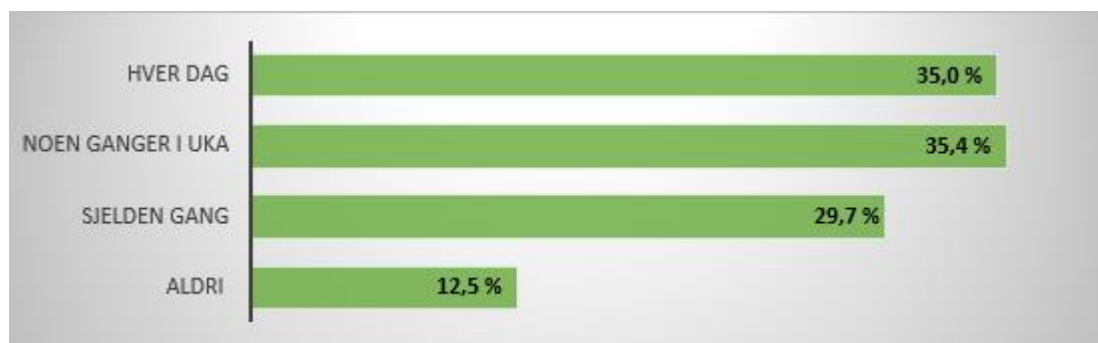
Det siste alternativet var “Jeg kjenner meg ikke igjen i noen av påstandene”. De som svarte dette tenker vi har et mer positivt selvbilde. **Vi regnet ut hvor mange prosent fra hver lesergruppe som oppga at de ikke kjente seg igjen i noen av påstandene.** Resultatene viser vi i Figur 2.

Figur 2:



Vi spurte også informantene om hva de tenker om kosmetisk kirurgi. Slik som forsker Kvaalem ved UiO sa, er begrunnelsen til mennesker som ønsker å utføre kosmetisk kirurgi svært ofte at de ønsker å bedre selvfølelsen. 36 av informantene sa at de enten har eller vil utføre en form for kosmetisk operasjon i fremtiden. Vi gjør det samme her i Figur 3, som i Figur 2. **Vi sjekket hvor mange prosent fra hver lesergruppe som var av de 36 som oppga at “Jeg har allerede utført kosmetisk operasjon på en eller flere kroppsdeler” eller “Jeg ønsker å utføre kosmetisk operasjon i fremtiden”.**

Figur 3:



Vi ser tendenser på resultatene i begge disse tilfellene. Figur 2 viser at nesten halvparten av de som aldri leser blogg oppga at de ikke kjenner seg igjen i noen av påstandene som gikk på typiske trekk for et negativt selvbilde. Av de som aldri leser blogg var det bare 12,5% som oppga at de allerede har, eller vil i fremtiden utføre kosmetisk kirurgi. Dette bekrefter det Duesund sa om at *synet en person har av seg selv er sosialt påvirkbart*. For de andre lesergruppene er det nokså jevnt i begge tilfellene, og forskjellen på selvbildet til de som benytter seg av rosablogg “innimellom” og “relativt ofte” er ikke svært stor. Vi mener at teorien om *de mektige mediene* stemmer best. Slik som forskere har blitt enige om, har mediene relativt stor påvirkning. Vi ser en tendens til et mer positivt selvbilde blant de som ikke leser rosablogger. At det er jevnt mellom bloggleserne, uansett mengde, stemmer også med *de mektige mediene*. Den sier at *vi som individer har et kulturelt ståsted som påvirker hvordan vi forstår mediene*. Altså, i og med at leserne har forskjellig bakgrunn og tolker det de leser forskjellig, er det liten forskjell på påvirkning blant leserne, men stor blant lesere og ikke-lesere.

Det vil være nødvendig å nevne at vi ikke vet om negativt selvbilde er grunnen til at hver enkelt leser blogg, eller om det er blogg som påvirker til negativt selvbilde. Dette blir en høna –og egget diskusjon, og det er gjort lite forskning på det fra før av. Likevel slår teorien om de mektige mediene fast at mediene påvirker oss mennesker. Vi tror at det i de fleste tilfeller er rosabloggen som påvirker til negativt selvbilde. Dette begrunner vi med at, slik vi har nevnt tidligere, har bloggplattformen vokst de siste årene, samtidig som negativt selvbilde blant jenter har blitt mer vanlig.

4.4 Analyse 2

Negativt selvbilde blant jenter, og dette med plastisk kirurgi, har man sett mer til de siste årene. Vi skal nå se nærmere på informantene som oppga at de regelmessig leser en eller flere rosabloggere som har utført en form for kosmetisk operasjon eller inngrep. Av våre 130 respondenter var det 73 av dem som leser en eller flere rosablogger hvor bloggeren har utført kosmetisk operasjon. Av disse ønsker, eller har allerede, 23 stk. endret på utseende. Som nevnt tidligere var det totalt 36 av respondentene som ønsker å utføre, eller har allerede utført kosmetisk operasjon. Det betyr at de resterende 13 ikke leser bloggere som har utført kosmetisk operasjon, eller ikke leser blogg i det hele tatt. Vi ser på dette som en viss bekreftelse på at mediene, i denne sammenhengen blogg, påvirker unge jenter. Samtidig viser de 13 respondentene som ikke leser blogg at også andre impulser er medvirkende påvirkningsfaktorer.

4.5 Analyse 3

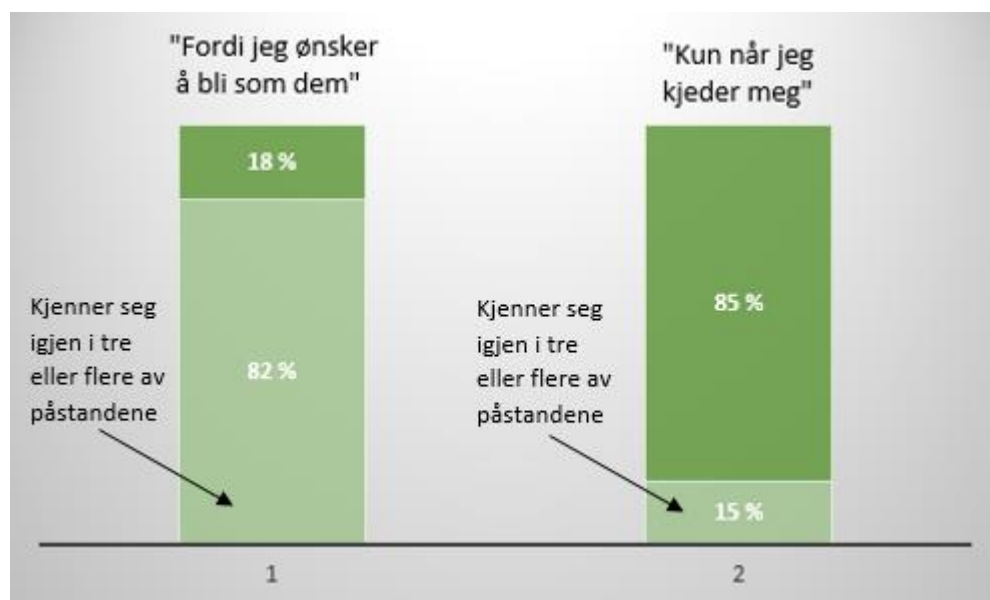
Det var fire respondenter som oppga at de allerede hadde utført en eller flere kosmetiske operasjoner. Vi ville se litt nøyere på disse. Resultatene viser at alle disse fire kjenner seg igjen i fire eller fem av påstandene, som tyder på negativt selvbilde. Som forsker Tilmann von Soest presenterte, er tendensen at i etterkant blir vanligvis pasienten mer fornøyd med den opererte kroppsdelen, men at den konkrete endringen har liten innvirkning på det generelle selvbildet over tid (Jacobsen, 2016). Dette stemmer overens med resultatene i vårt prosjekt. Av alle respondentene var det 18 som kjente seg igjen i fire eller fem av påstandene, altså 14%. Fire personer som har utført er så klart ikke like representativt som ønsket, men det er likevel oppsiktsvekkende at alle fire som har endret på utseende er av de 14% med mest negativt selvbilde.

4.6 Analyse 4

Mønster som går igjen viser til at for mange jenter virker rosabloggere negativt på deres selvbilde. Vi ville også se på om grunnen til at hver enkelt leser blogg har en sammenheng med hvor påvirket en blir. Vi hadde et spørsmål hvor respondentene skulle krysse av på en eller flere årsaker til hvorfor de leser rosablogg. Vi har valgt å sammenligne de som oppga at de leser blogg “fordi de ønsker å bli som dem”, med de som *kun* leser “når de kjeder seg”.

En person med en eller flere rosabloggere som positiv referansegruppe, vil sammenligne seg selv med dem, og dermed i mange tilfeller ønske å bli som dem. Professor Inge Bø mener at etterligning og konformitet er to av prosessene som påvirker oss (Bø, 2005). **Vi sjekket hvor mange fra disse to svaralternativene som oppga at de kjente seg igjen i tre eller flere av påstandene som gikk på typiske trekk ved negativt selvbilde.** Dette gjorde vi for å skille ut de vi tenker har mest negativt selvbilde, og dermed er mest påvirket. Resultatene viser vi i Figur 4.

Figur 4:



Vi ser her at det i stor grad stemmer at man blir påvirket av sine forbilder. Hele 82% av de som leser blogg fordi de ønsker å bli som dem, har krysset av på tre eller flere av påstandene som tyder på mer negativt selvbilde. 15% av de som leser rosablogg kun når de kjeder seg kjente seg igjen i tre eller flere av påstandene. Disse tallene bekrefter igjen at hvert enkelt individ er forskjellig mottakelig for påvirkning. Noen blir påvirket selv om en ikke "går inn for å bli påvirket", men disse er likevel i stort mindretall.

5 Konklusjon og avsluttende ord

Med dette prosjektet har vi påvist at det er en sammenheng mellom lesing av rosablogg og selvbilde. Vi brukte relevant teori i prosessen, og kvantitativ metode. Etter å ha brukt mye tid på å analysere resultatene fra undersøkelsen, har vi kommet frem til følgende: I svært mange tilfeller vil selvbildet til unge blogglesere påvirkes negativt. Dette velger vi å begrunne ut i fra hva analysen av respondentenes bloggbruk fortalte oss om selvbildet. Vi ser at hos de som aldri leser rosablogg, vil selvbildet være mer positivt enn hos jenter som leser blogg. Hvor ofte man leser blogg vet vi nå at har lite å si, noe som ikke stemmer med hypotesen vi hadde i forkant. Vi forventet at påvirkningen ville øke i takt med hyppigheten. Funnene viser at årsaken til at man leser blogg har svært mye å si, da våre forbilder har stor påvirkning på oss mennesker. Vi ser at den negative påvirkningen er betydelig lavere blant jenter som ikke har rosabloggere som sin positive referansegruppe.

Vi er i etterkant fornøyd med valg av tema og forskningsspørsmål. Rosablogg er svært dagsaktuelt, og dårlig selvbilde blant unge tenker vi er et tema som det er viktig at ikke blir tabulagt. Vi synes prosjektet har vært både spennende og lærerikt, og er fornøyd med funnene vi har gjort. Oppgaven er en god erfaring som vi tar med oss videre.

Kilder:

Alnes, J.H. (2015, 12.mai) *Hermeneutikk*. Hentet fra: <https://snl.no/hermeneutikk>

Blogglisten.no. (2017, 14.02) Blogglisten. Hentet fra: <http://blogglisten.no/>

Bø, I. (2005). *Påvirkning og kontroll – om hvordan vi former hverandre*. Bergen: Fagbokforlaget.

Dalsklev (2014, 17.03) *En studie av konformitet*. Hentet fra: <https://psykologisk.no/2014/03/en-studie-av-konformitet/>

Duesund, Liv (2007). *Kropp, kunnskap og selvoppfatning*. Gyldendal

Fossbråten, L. (2012, 03.01) *Selvbilde og selvfølelse*. Hentet fra: <http://ndla.no/nb/node/52945?fag=51>

Gjelsvik, K. (2016, 2. februar) *Blogg burde bli forbudt!* Hentet fra: http://styleconnection.blogg.no/1454426339_blogg_burde_bli_forbu.html

Jacobsen, J. (2016, 22.04) *Speil, speil på veggen der...* Hentet fra: <https://www.sv.uio.no/psi/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2011/kroppsbilde.html>

Melvær, K. (2014). *Forskning for forskerspirer*. Hentet fra: <https://metode.holbergprisen.no/content/index.html>

Ruth, Anette. (2015). *En kvantitativ undersøkelse av unge jenters selvoppfatning i møte med blogg*. (Mastergradsavhandling, Universitet i Oslo) Hentet fra: <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/40923/AnetteRuth-Masteroppgaveferdig.pdf?sequence=1>

Thomassen, S.L (2013, 17.04) Flest blogglesere i alderen 9-15 år. Hentet fra:

<http://www.barnevakten.no/flest-blogglesere-i-alderen-9-15-aar/>

Thomassen, S.L (2014, 12.03) *Jenters selvbilde er lavere enn før*. Hentet fra:

<http://www.barnevakten.no/jenters-selvbilde-er-lavere-enn>

Tjønneland, E. (2012, 29.november) *Fenomenologi*. Hentet fra: <https://snl.no/fenomenologi>

UIA, Pedersen, *Begrepsforklaringer* (27.02.2017) Hentet fra:

<file:///C:/Users/Elev/Downloads/ME-416%20-%20A%20besvarelse.pdf>

UIO. (2016, 8.juni) *Liv Duesund*. Hentet fra: <http://www.uv.uio.no/isp/personer/vit/livdue/>

Unitedbloggers (2017) Hentet fra: <http://sunnfornuft.unitedbloggers.no/>

Vik, Mattias (2017) Bilde til forside.

Vold, K.E og Tørdal, R.M. (2011, 13.09) Rosablogg. Hentet fra:

<http://ndla.no/nb/node/85597?fag=52222>

Westersjø, M., Kval, K-E., Andreassen, O.G. & Henningsen, R. (2015) *Mangfold*. 3. opplag. Oslo: Cappelen Damm.

Wikipedia. (2017, 02.01). Blogg. Hentet fra: <https://no.wikipedia.org/wiki/Blogg>

Wordpress (2006, 11.11) *Hva er en blogg, og hvilke typer blogger finnes det?* Hentet

fra: <https://bentas.wordpress.com/2006/11/11/hva-er-en-blogg-og-hvilke-typer-blogger-finnes-det/>

easyQuest

***Jeg bor på Sørlandet (Aust-Agder eller Vest-Agder) og er mellom 13 og 19 år - HVIS NEI, AVSLUTT UNDERSØKELSEN!**

Ja

***Jeg er...**

13 år

14 år

15 år

16 år

17 år

18 år

19 år

Vi definerer en rosablogger som en person som i hovedsak blogger/skriver om seg selv og sin egen hverdag. Hovedfokus på hva de foretar seg, utseende og mote. (sminke, klær, trening o.l.)

***Jeg er innom en rosablogg**

Hver dag

Noen ganger i uka

En sjelden gang

Aldri

Jeg er oftest innom denne/disse rosabloggerne (Viktig: skriv hver blogger uten mellomrom, eks: SophieElise, Mammatilmichelle) Jeg leser ikke blogg, hopp over.

***Jeg leser blogg... (kan krysse av flere)**

- Når jeg kjeder meg
- For tips om sminke/hår/trening osv.
- For å holde meg oppdatert på det nyeste
- For å "rømme" fra min egen virkelighet
- Fordi jeg kjenner meg igjen i dem
- Fordi jeg ønsker å bli som dem
- For underholdning, jeg synes rosabloggere er latterlige
- Annet
- Jeg leser ikke rosablogger

***Jeg kjenner meg igjen i følgende påstander: (kan krysse av flere)**

- Jeg føler meg overhode ikke komfortabel uten sminke i offentligheten
- Jeg tenker daglig på hva andre synes om meg, og synes det er viktig at folk synes jeg er pen
- Jeg er svært misfornøyd med en eller flere ting med meg selv
- Jeg sammenlikner meg daglig med andre
- Over halvparten av pengene jeg bruker i måneden går til skjønnhetsrelaterte produkter (sminke, hud- og hårprodukter o.l.)
- Jeg kjenner meg ikke igjen i noen av påstandene

*** Dette tenker jeg om kosmetisk kirurgi**

- Jeg har allerede utført kosmetisk operasjon på en eller flere kroppsdeler
- Jeg ønsker å utføre kosmetisk operasjon i fremtiden
- Jeg kommer aldri til å utføre noe form for kosmetisk operasjon

***Jeg vil utføre kosmetisk operasjon på følgende: (kan krysse av flere)**

- Nese
- Lepper
- Pupper
- rumpe
- Ører
- Ansikt (kinnben, panne osv.)
- Annet
- Jeg vil ikke utføre kosmetisk operasjon

< Forrige

Send inn >