

Inne på genrefältet?

En genreanalys av svenska modebloggar

Heidi Mäkiniemi

Tammerfors universitet

Fakulteten för språk, översättning och litteratur

Nordiska språk

Avhandling pro gradu

Maj 2014

Tampereen yliopisto

Pohjoismaiset kielet

Kieli-, käännös- ja kirjallisuustieteiden yksikkö

MÄKINIEMI, HEIDI: Inne på genrefältet? En genreanalys av svenska modebloggar

Pro gradu -tutkielma, 76 sivua + 1 liitesivu

Toukokuu 2014

Tutkimuksessa tarkastellaan muotibloggausta teksteinä realisoituvana sosiaalisena toimintana genre-käsitteen kautta. Tavoitteena on selvittää, voidaanko muotiblogi nähdä genrenä ja millaisia erityispiirteitä tällä genrellä on. Tutkittavana on kolme ruotsalaista, ruotsinkielistä, naisten ylläpitämää muotiblogia ja niiden sisältämä tekstimateriaali tammikuulta 2014. Tutkimus linkittyy paitsi monialaisen muotiblogitutkimuksen kenttään myös pohjoismaisen tekstintutkimuksen traditioon.

Tutkimuksen taustalla on systeemis-funktionaalisen teorian käsitys kielestä teksteihin sidottuna sosiaalisena toimintana sekä laajaa tekstikäsitys, jossa teksti ymmärretään multimodaalisena ja kontekstiriippuvaisena. Tutkimuksen genrekäsitys pohjautuu Swalesin (1990) ja Bhatian (1993, 2004) teorioihin genrestä diskurssiyhteisön konventioihin perustuvana, tietyn kommunikatiivisen tavoitteen toteuttamiseen keskittyvänä tekstiluokitukseksi. Analyysimetodina on Hellspång & Ledinin (1997) tekstianalyysimetodi kirjoitetun tekstin osalta, ja tekstien sisältämä kuvamateriaali huomioidaan Barthesin (1964) denotaation ja konnotaation käsitteitä hyödyntäen.

Tutkimuksen tulos osoittaa, että muotiblogitekstit voidaan nähdä genreteksteinä. Muotiblogitekstien sanavarasto viittaa yhtäläisyyksiin tekstien välillä, ja tutkimusmateriaalin ja referenssikirjallisuuden perusteella muotiblogiteksteillä on yhteinen diskurssiyhteisö, jonka tavoitteet heijastuvat genretekstien kommunikatiivisina tavoitteina. Muotiblogigenreä määrittäviä konventioita on löydettävissä liittyen tekstien puhuttelumuotoihin, teemoihin ja perspektiiviin sekä tekstuaaliseen rakenteeseen.

Tutkimus luo lähtökohdan laajemmille muotiblogitekstejä käsitteleville jatkotutkimuksille, joiden myötä tutkimuksen tulosten yleistettävyys voitaisiin vahvistaa sekä ymmärrystä muotiblogitekstien konventioiden kirjosta lisätä. Vertailevia jatkotutkimuksia vaadittaisiin myös, jotta muotiblogigenren paikka genrehierarkiassa suhteessa muihin genreihin voitaisiin määrittää.

Avainsanat: genre, genreanalyysi, muotiblogi, laaja tekstikäsitys

Innehållsförteckning

1 INLEDNING.....	1
1.1 Syfte.....	3
1.2 Material.....	5
1.2.1 De valda bloggarna.....	5
1.2.2 Materialets avgränsning.....	7
1.2.3 Etiska aspekter.....	8
1.3 Tidigare forskning.....	10
1.4 Språkets funktioner.....	12
2 TEXT.....	14
2.1 Ett vidgat textbegrepp.....	14
2.2 Den sociokulturellt vidgade textens gränser.....	16
2.3 Textens kontext och intertextualitet.....	18
3 GENRE.....	21
3.1 En pragmatisk syn på genre.....	21
3.2 Kommunikativt mål och diskursgemenskap.....	22
3.3 Super- och subgenre.....	24
4 METOD.....	25
4.1 Analysverktyg för skrift.....	25
4.1.1 Den ideationella strukturen.....	26
4.1.2 Den interpersonella strukturen.....	27
4.1.3 Den textuella strukturen.....	29
4.2 Bildspråket i text.....	30
4.3 Bhatias arbetsprocessmodell.....	32
5 MODEBLOGGTEXTERNAS KONTEXT.....	36
5.1 Kulturkontexten.....	36
5.2 Situationskontexten.....	39
5.2.1 Kommunikationssättet.....	39
5.2.2 Verksamheten.....	43
5.2.3 Deltagarna.....	45
5.3 Intertextualiteten.....	48

6	TEXTSYFTEN I MODEBLOGGAR.....	50
6.1	Ordförrådet.....	50
6.2	Ramen.....	55
6.3	Tematiken och perspektivet	58
6.4	Textmönstret.....	65
7	SAMMANFATTNING OCH SLUTDISKUSSION	73
KÄLLOR	77
BILAGA	85

1 Inledning

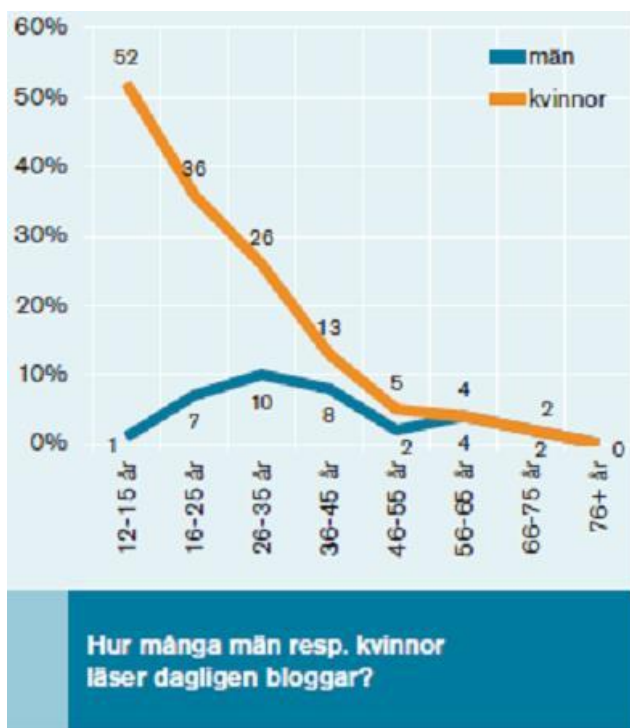
Sociala medier är ett aktuellt internetbegrepp. Det handlar om internets förändrade användningskultur där användarna själva har en aktiv roll som aktörer och producenter av medieinnehållet (Matikainen 2008:187). Bloggar, dagboksaktiga hemsidor, är en typ av social media som har blivit mycket populär under de senaste åren främst bland unga, kvinnliga internetanvändare som är aktiva inom bloggvärlden, den så kallade *bloggosfären*¹ (Findahl 2010:46, 2011:9, 20, 2012:21, 2013:34–35).

En *blogg* är en webbplats producerad av en eller flera skribenter, *bloggare*². Kännetecknande är att de publicerade texter, som kallas för (*blogg*)*inlägg*, är organiserade så att de nyaste syns först på sidan medan de gamla ändå finns kvar lagrade och oförändrade. En blogg har oftast en kommentarsfunktion för interaktionen mellan bloggskribenten och bloggens läsare. (Noppari & Hautakangas 2012:20.) Det är också typiskt för bloggar att de uppdateras tämligen ofta (Herring et al. 2004:1).

Enligt rapporten *Svenskarna och internet 2012* bloggade sex procent av Sveriges befolkning år 2012 medan procentandelen bland unga kvinnor i åldern 14–17 var 30, alltså femdubbel (Findahl 2012:5). I rapporten för 2013 framkommer det att 68 % av 12–15-åriga och 74 % av 16–25-åriga unga kvinnor läste bloggar ibland. Om man räknar ihop andelen unga kvinnor som 2013 hade svarat att de skrev eller tidigare hade skrivit blogg avslöjas att majoriteten, 57 %, av unga kvinnor i åldersgruppen 12–25 år hade erfarenhet av att blogga. (Findahl 2013:34–35.) Som framgår av Figur 1, är skillnaden mellan könen samt olika åldersgrupper stor vad det gäller den dagliga läsningen av bloggar.

1 Med *bloggosfär* menas ”en särskild del av webben som består av material från enbart bloggar” (Kjellberg 2009:47) och ”den globala nätverk av bloggar som är länkade med varandra” [egen översättning] (Noppari & Hautakangas 2012:20).

2 Även om ordet *bloggare* är etablerat i vardagsspråket använder jag i denna studie genomgående ordet *bloggskribent* när jag syftar till bloggtextens sändare, personen som skriver bloggen.



Figur 1 Andel av manliga och kvinnliga internetanvändare som dagligen läser bloggar. Ur Findahl 2011:20.

Det finns en bloggtyp som är speciellt populär: modeblogg. När man skriver sökordet *modeblogg* i söktjänsten Google får man 610 000 sökresultat³. Bloggportalen.se är en webbplats som listar svenska bloggar bland annat enligt besökarantalet och bloggarna är där kategoriserade i olika temaområden. Kategorin *mode och design* är med 33 455 bloggar näst störst av alla temaområden efter kategorin *vardagsbetraktelser* som innehåller 46 586 bloggar. Underkategorin *mode, kvinnor* innehåller cirka fyra gånger så många bloggar som underkategorin *mode, män*. (Bloggportalen.se 2014a.) När man jämför siffrorna från 2014 med siffrorna från 2012 kan man konstatera en ökning på över 4 500 moderelaterade bloggar (Bloggportalen.se 2012, 2014a). I ljuset av dessa uppgifter kan man konstatera att modebloggar är ett aktuellt fenomen. Det stora antalet yngre kvinnor som deltar i bloggaktiviteter samt mängden bloggar som är kopplade till området mode och mer exakt mode och kvinnor gör modebloggar till ett intressant och aktuellt forskningsobjekt.

³ Sökning på www.google.se 3.1.2014.

Modebloggfenomenet är omfattande och aktuellt men fortfarande ganska lite utforskat (Noppiari & Hautakangas 2012:15). Den här avhandlingen bidrar för sin del till det fortfarande ganska snäva skandinaviska kunskapskapital som hittills finns för det mesta inom handelsvetenskapliga och socialvetenskapliga kretsar samt medieforskning i form av magisteruppsatser och andra mindre omfattande studier (se till exempel Christiansen & Leverin 2008, Bordi 2011, Noppiari & Hautakangas 2012).

I den här undersökningen betraktas modebloggen ur genreperspektiv. Genrebegreppet kan inom textforskningen ses som en förmedlande länk mellan textuella och sociala förhållanden (Ledin 2001:4). Begreppet genre har olika definitioner inom olika forskningsgrenar, men kort beskrivet används det här som en beteckning för en sociokulturell textkategori som utmärks av ett bestämt *kommunikativt mål*⁴ som styr språkbrukarna när de skapar genretexter. Skapandet av genretexter kräver alltså konventionell kunskap om hur genreenlig kommunikation går till inom den sociokulturella gemenskap där texten skapas och mottas (Bhatia 1993:13–14). Det bredare socialt förankrade perspektiv som genre-begreppet ger en enskild text gör genreanalysen så intressant. Texten sätts inte bara in i sin *kontext*⁵ utan den ses också som en del av kommunikationkonventionernas kontinuum och kontexten för andra texter. Information om en genre och dess konventioner ger förståelse för hur budskap realiserar till kommunikation inom en viss gemenskap och varför.

1.1 Syfte

Den här undersökningen handlar om modebloggens genrestatus. Syftet är att ta reda på om modebloggen kan ses som en genre och om så, vad som är kännetecknande för denna genre. Dessa två frågor hänger ihop och bildar en helhet: att söka svar på den ena frågan resulterar i att jag måste svara på den andra frågan samtidigt. Med hjälp av en genreanalys

4 Med *kommunikativt mål* menas inom genreforskning ett övergripande syfte för kommunikationen genom genretexter. Det kommunikativa målet är gemensamt för den gemenskap som använder genren. (Bhatia 1993:13.) Begreppet diskuteras vidare i kapitel 3.2.

5 Begreppet *kontext* definieras senare i avhandlingen i kapitel 2.3, men betecknar kort beskrivet textens utomtextuella omgivning.

försöker jag kartlägga modebloggarnas särdrag och därigenom bidra till förståelsen för detta aktuella fenomen ur textforskningens synvinkel.

För att komma åt den eventuella genren måste jag definiera modebloggtexterna i förhållande till tre aspekter. Den första är *den sociokulturella verksamheten*, vilket innebär att förankringen i det sociala genom kontexten och gemenskapen ska granskas. Detta ska göras, eftersom genrer är sociokulturella textkategorier skapade inom en viss gemenskap. Eftersom skapandet av genretexter kräver konventionell kunskap, är den andra aspekten textuella *genrekonventioner*. Analysen av texternas kontext styr valet av vilka egenskaper i texterna jag koncentrerar mig på i utredningen av textkonventionerna. Den tredje, övergripande aspekten är *det kommunikativa målet* som är varje genres kärna och får uttryck genom textkonventionerna, bland annat texternas lexikon och struktur⁶. Resultatet av kontextanalysen och analysen av konventioner leder till en slutsats om texternas gemensamma kommunikativa mål. Utifrån dessa tre nyckelbegrepp undersöks vad som är utmärkande för modebloggar och möjligtvis gör dem till en egen genre. Syftet kan delas i följande tre huvudfrågor:

- 1) Kan man urskilja en viss gemensam sociokulturell verksamhet kring modebloggtexterna?
- 2) Hurdana textkonventioner kan urskiljas i modebloggtexter?
- 3) Vad är modebloggtexternas textsyfte och är det möjligt att urskilja ett gemensamt kommunikativt mål i dem?

Den första frågans syfte är att ge information om textens och den möjliga *diskursgemenskapens*⁷ deltagare samt modebloggens övriga kontext. Den andra frågan syftar till att undersöka textuella förutsättningar för det gemensamma kommunikativa mål som är kärnan för en genre. I kartläggningen av textkonventionerna ligger fokus på textens tematik och övergripande struktur samt det hurdan relation skapas mellan textjaget och textduet⁸. Definitionen för text behandlas i kapitel 2, men jag vill understryka redan här att jag utgår från ett multimodalt textbegrepp, vilket innebär att jag

6 Se kapitel 3.2 för vidare diskussion om det kommunikativa målet.

7 Begreppet diskursgemenskap syftar på den sociokulturella gemenskap där texten skapas och mottas och diskuteras vidare i kapitel 3.2.

8 Begreppen textjag och textdu definieras i kapitel 4.1.2.

räknar till text också icke-språkliga kommunikationselement i de granskade bloggtexterna, till exempel bilder.

1.2 Material

I det här kapitlet presenterar jag mitt material. Först i kapitel 1.2.1 förklarar jag hur jag har valt bloggar för analysen och på vilka grunder de valda bloggarna kan sägas vara modebloggar. Därefter i kapitel 1.2.2 presenterar jag materialets avgränsning på textens plan. Till sist i kapitel 1.2.3 tar jag upp några forskningsetiska frågor som berör valet och behandlingen av materialet.

1.2.1 De valda bloggarna

Mitt material består av tre svenskspråkiga sverigesvenska bloggar som uppfattas som modebloggar och är skrivna av yngre kvinnliga bloggskribenter. Skälet till att jag har valt att koncentrera mig på just unga kvinnor är att i Sverige är de den mest aktiva gruppen inom bloggösfären (Findahl 2013:68). Jag har valt bloggar som alla utifrån deras kontext tydligt kan identifieras som modebloggar. I praktiken betyder detta att de valda bloggarna antingen beskriver sig själva som modebloggar eller att de hänvisas till som modebloggar på olika webbplatser på internet. Alla de valda bloggarna har till exempel listats under temat *mode, design > mode, kvinnor* på Bloggportalen.se som har som syften att ”Folk som läser bloggar lätt skulle kunna hitta och upptäcka nya bloggar” och ”Folk som bloggar skulle kunna få sina bloggar upptäckta av nya läsare” (Bloggportalen.se 2014b).

Den första valda bloggen finns med på webbplatsen Modebloggar.com. Modebloggar.com titulerar sig som ”en sajt, som samlar alla uppdateringar av Sveriges bästa modebloggar på samma sida i realtid” (Modebloggar.com 2014). Det finns en möjlighet att välja en vy där de nyaste inläggen från de mest lästa modebloggarna är synliga och som ett av mina forskningsobjekt har jag valt en blogg som dök upp på den här mest lästa-listan flera gånger vid samma tidpunkt (10 mest läst 2014). Detta har jag

gjort för att få med en blogg som tillhör de allra populäraste. Den valda bloggen dök också upp på Bloggportalen.se som nummer ett när bloggar i kategorin *mode, kvinnor* sorterades enligt besökarantalet, vilket hos denna blogg låg på 1 193 528 besök under en vecka vid granskningstiden i slutet av mars (Bloggportalen 2014c). Genom att vara kategoriserad som modeblogg på båda webbplatserna kan den valda bloggen betecknas som modeblogg. Enligt uppgifterna på Bloggportalen.se startade denna populära blogg år 2006 (Bloggportalen.se 2014c).

Utöver den här väldigt populära bloggen har jag valt två andra bloggar med färre besökare per vecka. Båda finns med på bloggportalen.se under *mode, kvinnor*. I den ena bloggen finns det en sida med en beskrivning av bloggskribenten där bloggen betecknas som modeblogg och uppfattas således som modeblogg av dess skribent. Denna blogg har enligt uppgifterna på Bloggportalen.se startats i 2005 och besökarantalet under en vecka vid granskningstiden i slutet av mars låg på 3 813 (Bloggportalen.se 2014d). Den andra bloggen startades i 2011 och hade 8 848 besök under en vecka på samma granskningstidpunkt (Bloggportalen.se 2014e). Bloggen har upprättats i bloggtjänsten Myshowroom.se under kategorin modebloggar. Även för denna blogg är beteckningen modeblogg alltså självvald av bloggskribenten.

När man försöker rama in en ny, på förhand odefinierad genre med dess konventioner lönar det sig att koncentrera sig på texter av sådana skribenter som har fastställt sin plats i gemenskapen istället för att försöka definiera genren utifrån texter skrivna av helt nya användare av den eventuella genren, eftersom erfarna deltagare kan använda genren bättre (Lassus 2010:39, se även Swales 1990:54–55). På basis av besökarantal kan man konstatera att alla de valda bloggarna är etablerade och skribenterna har erfarenhet av bloggande från en längre tidsperiod. Jag hänvisar till de olika bloggarna genom att kalla den populäraste bloggen *Topp-blogg* och de två andra *Den äldsta* (bloggen som startades 2005) och *Den yngsta* (bloggen som startades 2011). Jag använder inte bloggarnas riktiga namn på grund av att jag vill respektera bloggskribenternas anonymitet.

1.2.2 Materialets avgränsning

På grund av den hypertextuella⁹ och dynamiska naturen hos bloggar är det inte möjligt att entydigt ringa in modebloggtextens helhet inom klara gränser. Man kunde å ena sidan jämföra modeblogg och dess inlägg med en tidning där olika artiklar finns som separata texter. Å andra sidan kunde man utgå från tanken att modebloggar är som böcker och inlägg är bokens kapitel som tillsammans utgör texten. Eftersom modebloggen liknar en personlig dagbok (Noppiari & Hautakangas 2012:23) och bildar en framåtskridande helhet som för dess mekanismers del kanske kunde sägas likna en följetong, anser jag det vara motiverat att utgå från tanken om inlägg som bokens kapitel i en större texthelhet. Till bloggarnas natur hör att de uppdateras ständigt och de fysiska gränserna för texten vidgas hela tiden. Detta betyder att det inte går att ta med hela texthelheten i analysen utan jag har naturligtvis varit tvungen att dra gränsen för vilken del av bloggtexterna jag tar med i materialet.

För att kunna beskriva materialets avgränsning måste vissa begrepp först förklaras. När jag pratar om *inlägg* menar jag den uppdateringshelhet som innehåller en eventuell inläggsrubrik, en publiceringstidpunkt och ett budskap förmedlat till exempel i skrift, bild, video och länkar (jfr Noppiari & Hautakangas 2012:20). (*Inläggs*)*rubriken* står överst i inlägget och kunde jämföras med rubriken till en tidningsartikel, som Koivisto (2011:65) definierar som ”den fristående korta text som introducerar innehållet i en tidningsartikel”. Andra begrepp som jag lånar från pressvärlden är *bildtext*, som är en skriven text som vanligtvis står under bilden och skiljer sig från den övriga skrivna texten genom typografin, samt *brödtext*, som är den egentliga skriftliga textdelen och oftast längre än rubriken eller bildtexten. När jag pratar om *bilder*, menar jag fotografier eller fotocollage, eftersom de är de enda bildtyperna i mitt material. Alla dessa delar behöver inte ingå i varje inlägg, men ett element som alltid finns med är *publiceringstidpunkt* som i de valda bloggarna är placerad antingen under rubriken eller i slutet av inlägget och innehåller datum och oftast också klockslag.

Från varje blogg analyseras den skrivna texten i alla inlägg som är publicerade under

⁹ Se definition för *hypertext* i kapitel 2.2.

januari 2014 med en kvantitativ ordfrekvensanalys (se kapitel 4.1.3) så att varje inläggs eventuella inläggsrubrik och bildtext samt brödtext räknas med till materialet, dock med det undantag att möjliga engelska översättningar av brödtexten lämnas bort. Om inläggsrubriken eller bildtexten är skriven bara på engelska eller engelska ord och uttryck förekommer mitt i den svenska texten räknas dessa med som en del av texten. Bilder och video samt publiceringstidpunkt tas inte med i materialet för ordförrådsanalysen. Materialets omfattning i den kvantitativa analysen är 10 401 ord i Topp-blogg, 15 987 ord i Den äldsta och 3 294 ord i Den yngsta¹⁰.

Materialet för den övriga, kvalitativa analysen består däremot av de första tio inlägg som har blivit publicerade i januari 2014 i varje blogg. Sammanlagt granskas alltså 30 inlägg vars rubrik, publiceringsdatum och antal bilder samt antal ord framställs i bilaga 1. Samma ovannämnda begränsningar för vad som räknas med till den skrivna texten gäller både i den kvantitativa och i den kvalitativa analysen, men i den kvalitativa analysen räknas också bilder med som text. I ett inlägg finns en musikvideo med från Youtube. Videon behandlas inte i analysen.

Varje inlägg innehåller också ett kommentarfält som ligger bakom en länk, men kommentarfältet behandlar jag inte som en del av inlägget eftersom det är tomt på inläggets publiceringstidpunkt och får funktion bara om inläggets läsare väljer att delta i interaktionen via det. Kommentarfältet och bloggunderlagets andra delar som omger de publicerade inläggen ser jag inte som en del av genretextens textuella struktur utan som en del av bloggmediet, alltså en del av situationskontexten. Dessa element utgör inte materialet för den textuella analysen utan tillhör kontexten som analyseras i kapitel 5.

1.2.3 Etiska aspekter

Noppari & Hautakangas har valt att framställa sitt analysmaterial i sin studie om finska modebloggar som anonyma texter (2012:17–18). De konstaterar att det inte var enkelt att hitta informanter till intervjuer i deras studie och drar slutsatsen att det med stor

¹⁰ Ordantalet har räknats med hjälp av UAM Corpus Tool.

sannolikhet beror på att modebloggskribenterna uppfattar sina bloggar som intima utrymmen i stället för att vara menade som offentliga medier. Enligt deras studie upplever vissa modebloggskribenter forskning riktad mot sina bloggar som kränkande och obehaglig. (Noppiari & Hautakangas 2012:82–83.) På grund av den halvprivata naturen av modebloggar anser jag att det är forskningsetiskt relevant att ta upp frågan om anonymiteten här.

Att genomföra en textanalytisk studie med fokus på semiotik utan att visa autentiska exempel från de aktuella multimodala texterna är problematiskt. Att skydda bloggskribentens anonymitet och integritet genom att inte bifoga textexempel från de analyserade bloggarna i denna studie skulle göra det svårt att på ett övertygande sätt argumentera för modebloggenrens typiska drag. Vid alla tillfällen är det dock inte heller sagt att den verkliga personen bakom bloggen skulle vara densamma som bloggen framställer som bloggskribent och huvudperson, men som regel kan man utgå från att detta ändå är fallet (jfr t.ex. Noppiari & Hautakangas 2012). Det finns modebloggar där bloggskribenten döljer sitt namn och ansikte för att behålla anonymiteten, men de flesta modebloggar är enligt Noppiari & Hautakangas halvanonyma: bloggskribenten visar sin person i bilder men döljer sådana uppgifter som kunde leda till lokaliseringen av denne utanför internet (Noppiari & Hautakangas 2012:89).

Eftersom bloggskribenter själv kan reglera anonymiteten i sina bloggar och har valt att publicera material om sin person ute på nätet utan att skydda sin blogg med lösenord borde det egentligen inte finnas några skäl till att behandla forskningsmaterialet anonymt och utan att nämna materialkällor och visa oredigerade textexempel. På grund av Noppiari & Hautakangas iakttagelser kring bloggskribenternas syn på anonymitetsfrågan har jag ändå valt att ta hänsyn till bloggskribenternas integritet och behandla materialet utan att direkt ange dess ursprung. De exempel som finns med är dock autentiska och oredigerade, vilket innebär bland annat att eventuella skrivfel inte har blivit korrigerade. På grund av lagen om upphovsrätt har jag inte kunnat inkludera autentiska bildexempel i studien.

1.3 Tidigare forskning

Modebloggar är inte ett mycket studerat ämne bland nordiska språkvetare eller genreforskare. De flesta studier om fenomenet kommer från andra vetenskapsområden och är pro gradu avhandlingar eller andra motsvarande mindre studier. Sanna Skärlund (2010) har undersökt i sin magisteruppsats *Nya medier, nya genrer? Dagboksbloggen ur ett genreperspektiv* en nästan likadan fråga som den som jag tar upp i den här avhandlingen. Skärlunds syfte har varit att ta reda på ”hur dagboksbloggen som fenomen kan förstås utifrån några nutida genreteorier”. Hennes material består av tre bloggars huvudsidor. Hon bygger sin analys på M.A.K. Hallidays teori om språkets tre funktionella nivåer och använder analysredskap både från Hellspong och Ledins *Vägar genom texten* (1997) och Holmberg & Karlssons *Grammatik med betydelse* (2006). I studien tar hon upp följande saker: bloggarnas yttre form och layout, de i blogginläggen behandlade temana, relationer mellan texternas skribent och läsare, texternas stildrag och deras läsbarhetsindex.

Unga kvinnors bloggande i Sverige har studerats av religionsvetaren Mia Lövheim som har publicerat två mindre forskningsrapporter, *Personal and Popular – The case of Young Swedish Female Top-bloggers* (2011a) och *Young Womens' Blogs as Ethical Spaces* (2011b). I den förstnämnda är temana för analysen självuttryckets roll i de unga och berömda svenska kvinnliga bloggskribenternas bloggar samt uppdateringstäthetens och intimitetens betydelse för bloggskribenterna i dem. I den sistnämnda studien undersöker Lövheim hur de mest berömda unga kvinnliga svenska bloggskribenternas bloggar kan ses som etiska rum där värderingar och normer kommuniceras.

Elina Noppari och Mikko Hautakangas (2012) har forskat i bloggösfär med särskild betoning på finska modebloggar. Syftet med deras studie *Kovaa työtä olla minä: muotibloggaajat mediamarkkinoilla* är att kartlägga modebloggfenomenet i Finland med dess handlingsmönster som del av mediekulturen. De centrala temana i studien är bloggskribentens jag-arbete, modebloggar som gemenskap, bloggar som medium och kommersialism inom modebloggfenomenet. Studien har blivit genomförd genom att följa populära finska modebloggar, intervjuar bloggskribenter och deras samarbetspartner,

samla in information om bloggandet och läsningen av bloggar med hjälp av en nätenkät samt följa diskussionen om bloggar i andra medier.

Anna-Malin Karlsson (1999–2001) har forskat i svenska hemsidor vilket har resulterat i en tredelad forskningsrapport *Svenska chattares hemsidor*. En del av rapporten handlar om textbegrepp och genreuppfattningar och syftet med den är att utforska hemsidan som ett möjligt genresystem. Dels är syftet också att testa definieringskriterier för begreppen *text* och *genre* och bidra till metodutvecklingen. (Karlsson 2000:3). Karlssons doktorsavhandling *Skriptbruk i förändring: En semiotisk studie av den personliga hemsidan* (2002) baserar sig på den tidigare forskningsrapporten och syftar på att öka förståelsen för den personliga hemsidan som social fenomen och interaktionsmedel samt att placera den i ett texthistoriskt sammanhang.

En annan svensk forskare som har intresserat sig för kommunikationen på nätet är lingvisten Ylva Hård af Segerstad (2002) som har skrivit sin doktorsavhandling om skriftspråkbruk och -anpassning i CMC (datorförmedlad kommunikation). Även om avhandlingens fokus är på e-post, snabbmeddelanden, chat och sms i stället för bloggar, ger dess resultat relevant bakgrundsinformation för denna undersökning.

Möjligtvis den första systematiska genreanalysen av bloggar har gjorts av Herring et al. år 2004. I studiet *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs* beskriver forskarna bloggenreusens särdrag med hjälp av en kvantitativ innehållsanalys och jämför resultatet med andra genrer både på webben och utanför den. Resultatet av deras analys visar att bloggar utgör en egen genre men att denna genre kan varken ses som något helt nytt eller något unikt. Bloggar utgör en slags hybrid genre med drag från flera olika håll. (Herring et al. 2004:2). I studien ägnar Herring et al. sig inte åt en omfattande diskussion om definitionen för begreppet genre, vilket gör att det är problematiskt att ta ställning till deras resultat i samband med analysen av modebloggar i den här undersökningen. Snart efter studien av Herring et al. publicerades även en annan genreanalys av bloggar av Miller & Dawn (2004). I studien ser forskarna bloggen ur retorikens synvinkel som en genre definierad av en viss *kairos*¹¹ som de syftar till att hitta.

¹¹ Kairos är retorikens begrepp som betyder ”vilka sorts tidrum som är knutna till vilka sociala motiv.” (Ledin 2013:10).

Med tanke på att den här undersökningen tillhör textforskningens område är några doktorsavhandlingar från området värda att nämnas här, även om de inte handlar om bloggar eller genrer. Den gemensamma benämningen för dem och den här undersökningen är teoriförankringen i sociosemiotiken och den systemisk-funktionella grammatiken som presenteras i kapitel 1.4. Jannika Lassus (2010) jämför i sin doktorsavhandling *Betydelser i barnfamiljsbrochyrer: Systemisk-funktionell analys av den tänkta läsaren och institutionen* sverigesvenska och finlandssvenska socialförsäkringsbrochyrer och undersöker hur den tänkta läsaren och institutionen synliggörs i texterna. Johanna Koivistos (2011) doktorsavhandling *EU-artiklar som multimodala budskap: Text, bild och begriplighet i rapporteringen om EU-utvidgningen i finska och svenska morgontidningar år 2002 och 2004* handlar om samspelet mellan text och bild i tidningsartiklar och en del av avhandlingens syfte är att redogöra för artiklarnas textelements förhållande till deras tema och bild.

Den här studien bygger på den systemisk-funktionella språksynen och syftar till att belysa modebloggfenomenet ur en mindre utforskad synvinkel med texten och språkvetenskapen som utgångspunkt. Analysverktygen är delvis desamma som i Karlssons (2002), Lassus (2010) och Koivistos (2011) avhandlingar och teoretiskt ligger bakgrunden i den textforskningstradition som dessa forskare har varit med om att utveckla. Lövheims (2011a), Hård af Segerstads (2002) och Noppari & Hautakangas (2012) studier ger däremot värdefull bakgrundsinformation om forskningsobjektet modebloggar. Denna studies syfte att med hjälp av begreppet genre ge information om hur den sociala verksamhet som modebloggar utgör realiseras i text förenar studien med både modebloggforskningens mångvetenskapliga fält och den nordiska textforskningens fält.

1.4 Språkets funktioner

Språksynen i den här studien bygger på M.A.K. Hallidays (1985) systemisk-funktionella språksyn. Enligt den har människor vissa grundläggande behov i interaktionen och språkets funktion är att fylla dessa sociala behov. Utifrån dessa behov kan man urskilja tre funktioner för språket, språkets tre *metafunktioner* som Halliday kallar dem. *Den*

ideationella metafunktionen är en beskrivande funktion som innebär att människan kan reflektera genom språket, koda sina erfarenheter och sin världsbild. Språkets funktion är att vara en representation av världen. *Den interpersonella metafunktionen* är att ge uttryck för sociala relationer. Social handling är möjlig genom språket, eftersom språket möjliggör att språkbrukaren kan ta kontakt med andra och ge uttryck för hur han eller hon förhåller sig till andra. Språkets *textuella metafunktion* handlar om att budskapet kan organiseras så att det formar en sammanhängande helhet. Språkets funktion är alltså att vara ett medium. (Ledin 1995:39–40, Ledin 1997:31, Holmberg 2003:20, Holmberg & Karlsson 2006:18, Halliday & Hasan 1990:44–45.) Den systemisk-funktionella grammatiken ser den ideationella och den interpersonella metafunktionen som primära (Holmberg et al. 2011:11).

Väsentligt i den systemisk-funktionella språksynen eller grammatiken (SFG) är att man inte gör skillnad mellan system och bruk: språket är bunden till de texter genom vilka det används (Halliday & Hasan 1990:17). Språket ses som en *potential*, en samling av olika möjligheter att skapa mening, och texter är *instanser* i vilka de olika sätten att skapa mening får uttryck. Som ett slags mellannivå mellan språket och texten, potentialen och instansen, finns *register* som samlar ihop de i en viss situation möjliga och användbara meningsskapandesätten till en *subpotential* eller *instanstyp*. (Holmberg et al. 2011:8–9, 14.) De semantiska och de lexikogrammatiska valen samt det hur de kombineras skapar betydelse (Holmberg et al. 2011:11).

2 Text

Text kan definieras på flera olika sätt. Hur man definierar begreppet text är inte alls entydigt när man forskar i webbsidor, eftersom de innehåller så många slags olika element och avviker sig från den traditionella linjära skrivna texten avsevärt på flera plan. Även om man i vardagsspråket med ordet text fortfarande oftast syftar på skrivet språk har begreppet fått mycket bredare definitioner av språkforskare. Inom semiotiken har till och med upplevelser eller det sociala livet ibland blivit betraktade som text (Forsstorp 2007:85). Det finns knappast någon slutgiltig definition för text som Forsstorp (2007:86) också konstaterar, men för att kunna operera på textanalysens fält är det nödvändigt att förankra studien i en viss definition av text. I denna avhandling utgår jag från ett så kallat vidgat textbegrepp som förklaras i kapitel 2.1. Textartefaktens avgränsning diskuteras i kapitel 2.2 och i kapitel 2.3 introducerar jag därefter begreppet kontext.

2.1 Ett vidgat textbegrepp

När nya hybrida textformer uppstår ändras synen på texten. Forsstorp ställer frågan om vems textbegrepp det är som vidgas, när det talas om ett vidgat textbegrepp inom textforskning. Han menar att text kan definieras antingen med utgångspunkt i artefakten eller i textens sociokulturella användningar. I det sistnämnda fallet är det aktuellt att diskutera aktiviteter, kontext och deltagare. (Forsstorp 2007:85.) Det är den sociokulturella förankringen av textbegreppet som leder till en viss utvidgning av textbegreppet. Ledin (1995) förklarar i sin doktorsavhandling det sociokulturellt vidgade textbegreppet genom en sociokulturell syn på språket: sociokulturellt sett är språket inte ett autonomt system som kan isoleras från sociala strukturer, utan språkligt beteende är socialt beteende. Språkanvändarna använder språket målorienterat för att kommunicera och skapar meningsfulla helheter av språket. En *text* kan definieras som en sådan meningsfull helhet och ses som en redskap för social handling. (Ledin 1995:17–21.)

Att flytta fokus från artefakten till det sociala är inte den enda dimensionen av

utvidgningen av textbegreppet. Textbegreppet kan vidgas ytterligare. Hodge & Kress (1988) sociosemiotik förkastar tanken om det verbala språket som ett isolerat kodsysteem för betydelskapandet. Istället anser de att de olika teckensystemen skapar tillsammans kontexten för språkforskningen och sociala processer och strukturer står i utgångspunkten för analysen av meningsskapandet (Hodge & Kress 1988:vii). Den traditionella textsynen som bara innefattar språk i skriven eller talad form vidgas här till att omfatta dels utomspråkliga sociala förhållanden och dels andra semiotiska teckensystem. De olika semiotiska teckensystem, system för meningsskapande, såsom skrift, bild, ljud och layout, kallas (*semiotiska*) *modaliteter* inom den sociosemiotiska språkforskningstraditionen. När ett budskap kommuniceras med hjälp av flera olika modaliteter kallas det *multimodalt* som motsats till *monomodalt*. (Karlsson 2002:27–28, Holmberg & Karlsson 2006:201, Björkqvall & Engblom 2007:9.)

När man forskar i genrer som i utgångspunkt definieras som sociokulturella textkategorier förutsätter det att textsynen är sociokulturellt vidgat istället för att man skulle se texter som artefakter. Eftersom forskningsmaterialet i den här undersökningen består både av skrivet språk och av andra semiotiska element ger det mening att basera även analysen på ett semiotiskt vidgat textbegrepp och prata om multimodala texter. Jag använder begreppet multimodal trots att Forstorp (2007) ifrågasätter användandet av prefixet *multi-* och menar att man istället borde använda prefixet *inter-* (som i *intersektionalitet* och *intermedialitet*) för att understryka samspelet av olika modaliteter i meningsskapandet. Han menar att *multi-* associeras med additiv mångfald, med andra ord den enkla summan av olika modaliteter. (Forstorp 2007:82–84.) Begreppet multimodalitet har dock blivit etablerat bland nordiska textforskare (se till exempel Karlsson 2002, Björkqvall 2009, Koivisto 2011) och jag har därför valt att hålla mig till det, även om jag håller med Forstorp om betoningen av modaliteternas samspel. I multimodala texter är samverkan av modaliteterna viktig. Modaliteterna verkar inte var för sig utan budskapet realiserar genom samspelet mellan de olika modaliteterna.

Karlsson sammanfattar det vidgade textbegreppet med fyra punkter som är följande:

1. [vidgade textbegrepp] utmanar föreställningar om språket (i sig) som bärare av mening och sammanhang, dvs. pekar mot en *semiotisk* syn inte bara på text utan även på språket
2. [vidgade textbegrepp] *kontextualiserar* eller *situerar* texten, dvs. definierar den i förhållande till sin kontext: situationen och praktiken
3. [vidgade textbegrepp] utmanar, eller relativiserar, föreställningar om stabilitet
4. [vidgade textbegrepp] utmanar föreställningar om struktur, vilket innebär att det inte räcker att definiera text utifrån interna kriterier som textbindning. (Karlsson 2007:25).

Den första punkten syftar på semiotiska modaliteter som diskuterades ovan. Karlsson tillägger också att på grund av det vidgade textbegreppet kan fokus i studier flyttas från texten till verksamheten kring den (Karlsson 2007:25). Jag återkommer till denna aspekt i kapitel 2.3 i samband med begreppet kontext (jfr även med Karlssons andra punkt om textens kontextualisering). Kontexten ger textbegreppet en yttre dimension utanför textinterna kriterier som Karlsson hänvisar till i sin fjärde punkt. Den tredje punkten om stabilitet diskuterar jag vidare i kapitel 2.2.

2.2 Den sociokulturellt vidgade textens gränser

När man forskar med texter som material kan man trots den vidgade textsynens sociokulturella betoning inte undvika att ta ställning till forskningsmaterialets fysiska avgränsning. Textforskare jobbar med artefakter i vilka texter får uttryck och i praktiken gäller avgränsningen av materialet för artefakter. Även när det gäller linjära skrivna texter i traditionell vardaglig betydelse är det inte enkelt att ge en allmänt gällande definition för var det är rimligt att anta att en text fysiskt börjar och slutar. Vem bestämmer vad som ingår i den meningsfulla helheten som texten enligt Ledins (1995:17–21) definition är (se kapitel 2.1)?

Karlsson (2002) använder ett *dialogiskt* eller *interaktionellt* avgränsat textbegrepp i sin doktorsavhandling om den personliga hemsidan. Dialogiskt avgränsat är en text ett yttrande som uppfattas som färdigt av dess användare. Karlsson nämner *finaliteten* som ett centralt kriterium¹² och konstaterar att den bestäms konventionellt. Detta innebär att

12 Karlsson hänvisar här till Bakhtin (1986, 1997) och Berge (1999) och Ledin (1999).

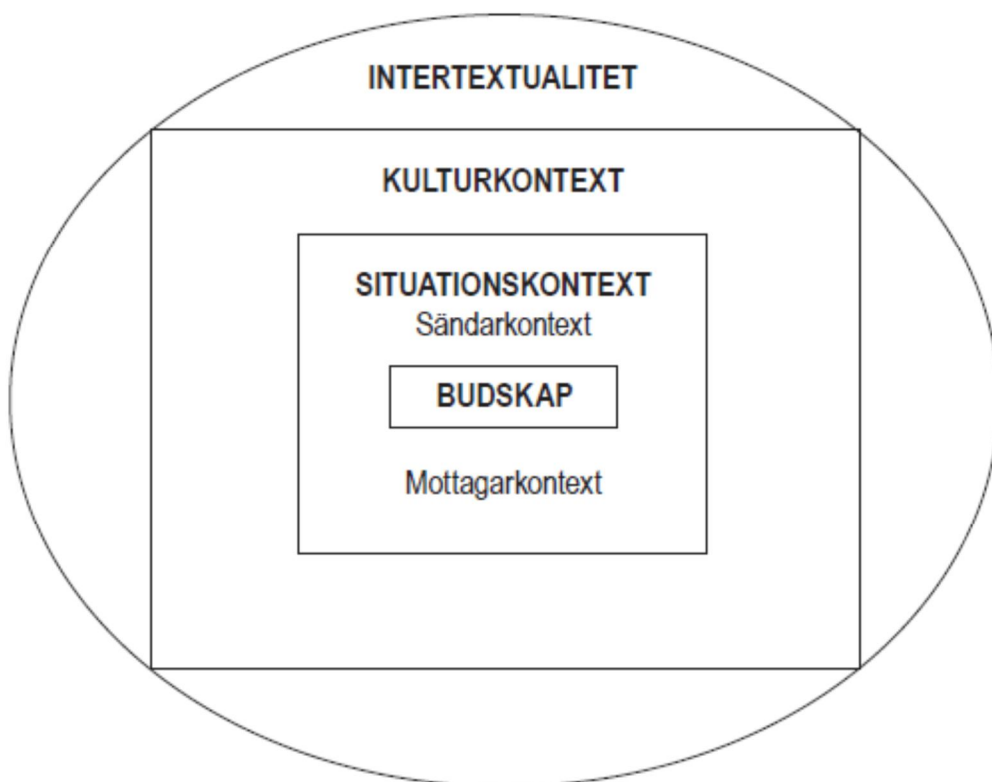
textens användare avgör när texten är färdig och begreppet text blir öppet och dynamiskt. (Karlsson 2002:26–27.) Problemet är att går man tillräckligt långt med den interaktionella synen kan man resultera i slutsatsen att texter inte alls finns, utan att det istället finns så kallade tolkningsgemenskaper som har olika tolkningsstrategier och förväntningar som resulterar i interaktiva processer (Forsstorp 2007:87).

Jag ser dock begreppet text meningsfullt att använda och ser istället möjligheterna som det interaktionella perspektivet ger till textens avgränsning. Sett ur ett interaktionellt perspektiv spelar de olika deltagarna (avsändaren och mottagaren samt eventuella andra) samt den övriga situationen och kontexten en avgörande roll för textens tillkomst och texter är därmed också dynamiska och föränderliga (Karlsson 2007:20–24). Detta innebär att när jag som forskare analyserar en text kan jag inte undvika att för min del påverka texten i min roll som läsare. Istället kan jag genom att skaffa information om och beskriva textens vanliga användare och kontext lägga fram en bild av det hur jag antar att texten ska avgränsas och vilka faktorer utanför textens textuella struktur jag räknar med som relevanta för budskapet. Detta har jag också gjort i samband med materialbeskrivningen (se kapitel 1.2) och i kapitlet om kontext (se kapitel 5). Också Lassus betonar i sin studie vikten att analysera kontexten och beskriva hur forskaren själv förstår textens kontext (Lassus 2010:44, 71).

I samband med mitt material kompliceras definitionen av textens gränser ytterligare av den hypertextuella naturen av internettexter som gör det omöjligt att se texter som stabila. Nelson har gett en tidig definition för *hypertext* och beskriver den som icke-successiv text (engelska: non-sequential writing) som realiserar genom läsarens val att skrida fram i texten enligt självvald läsordning (Nelson 1990: 0/2, 1/17). Även om till exempel en tidnings första sida med olika textelement kan förstås som hypertext och fenomenet således inte är ett resultat av användandet av nya elektroniska medier, möjliggör internet hypertextuella strukturer i en helt ny utsträckning med den oräkneliga mängden länkar mellan informationsbitar som internet består av. För att kunna avgränsa texten till en hanterlig enhet istället för att bli förlamad av den infinita flöden den kan anses bestå av kan begreppet *semiotiskt rum* användas. Med semiotiskt rum menas textens yttre ramar som definierar en möjlig text (Karlsson 2002:27).

2.3 Textens kontext och intertextualitet

Det finns olika sätt att definiera *kontext* inom textforskning och olika forskare använder ibland olika terminologier för att beteckna mer eller mindre samma saker (se till exempel Lassus 2010:42). Kontexten ger sammanhang för texten och dess budskap och påverkar därmed betydelser som texten får. Ofta används begreppet kontext som sådan för att syfta på textens utomtextuella kontext, men för att precisera kan man som Koivisto (2011:50–51) istället använda begreppet *yttre kontext* som motsats till *inre kontext*, alltså budskapets eller textens inre beståndsdelar. Jag använder själv konventionellt begreppet kontext för att syfta på den yttre kontexten på samma sätt som Hellspång & Ledin (1997:49). De definierar kontext som ”hela den språkliga och sociala miljö som texten kommer ur och verkar i” och skiljer mellan tre kontextlager: *intertextuell kontext*, *kulturkontext* samt *situationskontext*. Jag utgår från denna indelning i min analys. Kontextens olika nivåer kan illustreras som i Figur 2.



Figur 2 Kontextramar. Ur: Koivisto 2011:50.

Situationskontexten ligger närmast texten men jag uppfattar den inte som den omgivande texten kring den aktuella texten. Situationskontexten är underordnad i förhållande till den omgivande kulturkontexten och innefattar den aktuella kommunikationssituationen. Den kan definieras med hjälp av tre begrepp: verksamhet, deltagare och kommunikationssätt. *Verksamheten* är social handling i situationen. Den har ett syfte, är bunden till viss tid och plats och utmärks av en *diskurs*, ett ”grundläggande tanke- och handlingsmönster” (Hellspong & Ledin 1997:50–52). Verksamheten förstår jag i genreforskningens termer som en bestämning för diskursgemenskapen: diskursgemenskapens medlemmar församman av verksamheten.

Deltagare som ägnar sig åt samma verksamhet genom texter bildar en diskursgemenskap, om andra förutsättningar för en genre fylls (se definition för genre i kapitel 3). Diskursgemenskap är den institution eller gemenskap som skapar och använder texten (eller genren) i fråga. När kontext diskuteras i samband med genretexter är deltagare således medlemmar av genrens diskursgemenskap. Hellspong & Ledin (1997:52–54) beskriver deltagare som de som deltar i kommunikationen, och deltagare kan ha olika *mottagar- och sändarroller*, med andra ord olika förhållningssätt till texten. Deltagarrollerna styrs av sociala relationer. Budskapets betydelse påverkas å ena sidan av sändaren som skapar texten eller budskapet under förutsättningar av sin egen social position. Å andra sidan påverkar mottagarens omgivning samt hans eller hennes relation till sändaren också vilka betydelser budskapet får när det tas emot. (Koivisto 2011:50.) Som illustreras i Figur 2 kan man som Koivisto (2011) inom situationskontexten skilja mellan *mottagar- och sändarkontexter* som beteckningar för allt det som påverkar mottagar- och sändarroller.

Kommunikationssättet syftar på textens kommunikativa funktioner och de aktuella uttrycksmedel som tillsammans avslöjar textens *textsyfte* (Hellspong & Ledin 1997:54–56), vilket på genrernas nivå motsvarar till det kommunikativa målet (se definition i kapitel 3). Hellspong & Ledin konstaterar också att texter med samma särskilda textsyfte i en verksamhet bildar en genre (Hellspong & Ledin 1997:54). I kartläggning av kommunikationssättet, med andra ord av det *hur* textsyftet kommuniceras, är begreppen *kod* och *medium* relevanta. Med kod menar Hellspong & Ledin verksamhetens språknormer som får uttryck till exempel genom specialvokabulärer. Koden kan vara mer

eller mindre smal eller bred. *En smalare kod* innebär att språknormerna är mycket specifika och gör texten tillgänglig för en mindre och mer sluten verksamhet. *En bredare kod* öppnar däremot texten till en större målgrupp och gör den mer allmänt tillgänglig. Ett medium är den konkreta förmedlingskanal som används för att kommunicera texten, till exempel en bok, en skjorta eller en blogg, och som för sin del styr textens utformning (t.ex. dess längd). (Hellspong & Ledin 1997:54–56.)

Den intertextuella kontexten handlar om texternas dialog och innefattar texter som omger den aktuella texten (Hellspong & Ledin 1997:56). Eftersom en text bygger på konventioner är den alltid en del av texternas kontinuum, eller som Ledin (1997:34) skriver ”andras texter är alltid närvarande” i en text. I praktiken syns detta klarast i bruk av citat från andra texter eller inbäddning av några andra mer dolda element som påminner om andra texter. Fenomenet kan även kallas för *intertextualitet*. Begreppet intertextualitet baserar sig på Mikhail Bakhtins språksyn och blev först introducerat av Julia Kristeva (Ledin 1997:32–34). Den intertextuella kontexten eller intertextualiteten kan överskrida kulturgränser och därför har Koivisto placerat den som en omgivande cirkel runt andra kontextlagrar i sin illustration av kontextramar (se figur 2). Hellspong & Ledin delar intertextualiteten i två kategorier. Med *vertikal intertextualitet* menar de genretexternas påverkan på den aktuella texten. Detta kan vara starkare eller svagare och syns genom de genretypiska dragen i texten. Kopplingar till andra texter utanför genren eller verksamheten i fråga kallas i Hellspong & Ledins modell däremot för *horisontell intertextualitet*. (Hellspong & Ledin 1997:56–57).

Kulturkontexten omger situationskontexten (se figur 2). I kulturkontexten urskiljer Hellspong & Ledin (1997) den materiella kulturen, den sociala organisationen och den andliga kulturen. *Den materiella kulturen* skapar förutsättningar för de medier som kan användas för att kommunicera texter: till exempel för bloggtexters existerande krävs att datorer har blivit uppfunna. *Den sociala organisationen* syftar på sociala handlingskonventioner som har utvecklats inom ett samhälle under dess historia. Till *den andliga kulturen* hör kollektiva tankesätt, attityder och värderingar. (Hellspong & Ledin 1997:58–60.)

3 Genre

Genre är ett begrepp som ursprungligen härstammar från latinets ord *genus* som bland annat betyder sort eller typ (Pettersson 2003:33). Det har sin grund i Aristoteles verk *Poetiken* och *Retoriken* (Berge & Ledin 2001:4–5). Begreppet är bekant i vardagsspråket från litteraturvetenskapen och från film- och musiksammanhang, där det som enklast definieras just som en typ eller en sort. Definitionerna för genre i de olika genreteorierna är dock mycket mer komplicerade än det. I olika forskningstraditioner och inom olika vetenskapsområden används begreppet på olika sätt och i vissa teorier används andra liknande begrepp vid sidan om eller istället för ordet genre (t.ex. texttyp, textart, diskurs, register). I de följande underkapitlen presenterar jag först i kapitel 3.1 den pragmatiska syn på genre som ligger som grund för denna undersökning. Därefter i kapitel 3.2 definieras begreppen *kommunikativt mål* och *diskursgemenskap* som skapar basen för min förståelse för begreppet genre. Till sist i kapitel 3.3 tar jag upp problematiken i genreindelningen och introducerar begreppet subgenre.

3.1 En pragmatisk syn på genre

Inom litteraturvetenskapen har genre tidigare förståtts som något statiskt, ett hjälpmedel för klassifikationen av texter utifrån deras språkliga drag. Med tiden har den här statiska genresynen övergetts och genre ses idag som en kulturbunden och föränderlig institution. (Ledin 2001:5, Ledin 1995:31.) Litteraturvetaren Tzvetan Todorov skriver att en ny genre alltid utvecklas från en eller flera tidigare genrer, en genre kan inte uppstå utifrån ingenstans. Litterära genrer utgör därför ett system som är i konstant förändring och det har egentligen aldrig funnits litteratur utan genrer. (Todorov 1990:15.) Skillnaderna mellan olika genrer kan synas på textens semantiska, syntaktiska eller verbala nivåer. Genrer utgör en institution som har som funktion att för skribenter ge modeller att skriva texter ("models of writing") och för läsare ge ramar inom vilka tolka texter, någon slags tolkningshorisonter ("horizons of expectation"). Som institutioner kan genrer avslöja

grundläggande särdrag hos det samhälle där de existerar. (Todorov 1990:18–19.)

Sådana definitioner för genre som förknippar begreppet med en språklig och textuell struktur eller speciella innehållsmönster har kritiserats mycket bland forskare (Berge & Ledin 2001:4). Många nutida genreteoretiker har en pragmatisk genreförståelse som utgångspunkt för sina undersökningar. Som exempel kan nämnas John Swales och Vijay Bhatia som sysslar främst med fackspråksstudier. Inom pragmatiken står språkanvändningen i fokus och kontextens betydelse för tolkning är väsentlig. Genre är ”en instans som kodar kontextuella förväntningar”. I och med att genrebegreppet har blivit ett kontextuellt begrepp är det ibland svårt att göra skillnad mellan genre och kontext. Det pragmatiska perspektivet medför att det är omöjligt att utgå från några givna kriterier i en genreanalys. (Berge & Ledin 2001:5–7.)

3.2 Kommunikativt mål och diskursgemenskap

Hellspång & Ledin definierar genre som en ”socialt förankrad textsort, som har fått namn av sina användare och som är rotad i en viss verksamhet”. Den kommunikationsgemenskap som känner till och använder samma genrer kallar Hellspång och Ledin för *textsamfund*. (Hellspång & Ledin 1997:24.) Skillnaden mellan genre och *texttyp* är enligt Hellspång och Ledin att texttyper är resultat av typologisering av texter som kan ske i princip enligt vilka som helst fritt valda utomspråkliga grunder, till exempel textens ämne eller längd (Hellspång & Ledin 1997:20). Enkelt uttryckt är texttyper vetenskapliga klassificeringar medan genrer är språkbrukarnas klassificeringar, sociokulturella kategorier. Samma texttyp kan finnas inom olika genrer och en genre kan innehålla flera texttyper. (Ledin 1995: 35).

I Hellspång och Ledins definition kommer skillnaden mellan genre och det liknande begreppet texttyp tydligt fram. Definitionen är dock relativt enkel och ger inte mycket information om distinktionen genrer emellan. Ett nyckelbegrepp i det här avseendet finns med i John Swales och Vijay Bhatias genredefinitioner. Enligt Bhatia är genre ”an instance of a successful achievement of a specific communicative purpose using conventionalized knowledge of linguistic and discursal resources” (Bhatia 1993:16).

Enligt Swales och efter honom också Bhatia är det viktigaste genresärskiljande draget ett *kommunikativt mål* (eng. communicative purpose) som genren i fråga är avsedd att nå (Swales 1990:46, Bhatia 1993:13). För att öppna Bhatias korta definition kan man säga att en text tillhör en genre när den följer vissa konventioner och tack vare det når det för genren typiska kommunikativa målet.

Det kommunikativa målet delas av en grupp människor som formar en *diskursgemenskap* (eng. discourse community) (Berge & Ledin 2001:8, Swales 1990:58). Detta motsvarar Hellspong & Ledins begrepp textsamfund. Utan en diskursgemenskap kan en genre som sociokulturell kategori inte existera. I en genreanalys är det i grund och botten fråga om att analysera hur medlemmarna i en diskursgemenskap konstruerar, tolkar och använder texter och därmed genrer för att nå deras kommunikativa mål. Diskursgemenskapens medlemmar äger genren och enligt Swales namnges genren också ofta av diskursgemenskapen (Herring et al. 2004:2, Swales 1990:54–55, 58).

Swales (1990:24) nämner en *särskild intressegrupp* som en arketypisk diskursgemenskap (discourse community) i boken *Genre Analysis – English in Academic and research settings*. Hans utgångspunkt är språkets roll i akademiska sammanhang. Han listar sex kriterier som identifierar en diskursgemenskap:

1. Gemensamma mål: diskursgemenskapen har gemensamma mål.
2. Mekanismer för deltagande: diskursgemenskapen har mekanismer för interaktion mellan dess medlemmar.
3. Informationsutbyte: mekanismer för deltagandet används i första hand för att ge information och feedback.
4. Gemenskapsspecifika genrer: diskursgemenskapen har och använder en eller flera genrer för att kommunikativt nå dess mål.
5. Särskild terminologi: diskursgemenskapen har tillägnat sig ett visst ordförråd.
6. Hög grad av expertis: det krävs en viss expertis för att bli medlem i diskursgemenskapen. (Swales 1990:24–27, 29.)

Diskursgemenskapens gemensamma mål (punkt ett) realiseras i interaktion genom texter (punkterna två och tre) som formar en genre (punkt fyra) med en särskild terminologi (punkt fem), vilket kräver att diskursgemenskapens deltagare har tillräckliga kunskaper om genren (punkt sex). Denna definition ligger som grund för min uppfattning om begreppet diskursgemenskap, även om jag tolkar orden *terminologi* och *expertis* i de två sista punkterna som lite för fackspråkliga för att fungera på samma sätt i samband med

modebloggtexter och som i samband med akademiska texter som Swales och Bhatia har koncentrerad sig på (se kapitel 4.3 för vidare diskussion).

3.3 Super- och subgenre

Enligt Swales (1990:52) är det kommunikativa målet en genres primära bestämmande (eng. *privileged property*) medan det kan finnas variation inom genren i andra bestämmande egenskaper som form och struktur. Variationen kan göra det problematiskt att analysera genretillhörigheten. Här hjälper idén om en prototypisk genretext. Texter kan identifieras som tillhörande en viss genre dels genom identifieringen av det kommunikativa målet och dels genom analysen av i hur stor grad texterna är genreprototypiska för deras egenskapers del (Swales 1990:52). Det finns alltså en idé om en prototypisk genretext som fungerar som en jämförelsepunkt i bestämningen av genretillhörigheten av faktiska texter.

I förhållande till de prototypiska dragen kan genrer uppfattas som ett hierarkiskt system. Bhatia (2004) talar om *super-* och *subgenrer*. Genrer kan generaliseras i olika grad. Det går ofta att identifiera genrer både på en specifik individuell genreplan och i förhållande till en mer övergripande plan där en supergenre samlar ihop olika besläktade genrer genom deras liknande kommunikativa mål. På samma sätt kan man inom en genre skilja mellan olika subgenrer som inte avviker från varandra i det kommunikativa målet men inrymmer variation bland annat i medium eller modaliteter. Gränserna mellan de tre olika nivåerna i genresystemet, supergenre, genre och subgenre, är vacklande. (Bhatia 2004:57–61.) Att se genrer som ett hierarkiskt system kan ändå underlätta identifieringen av genrer då det fungerar som ett verktyg till att hantera avvikelser och överlappning i genretexternas särdrag.

4 Metod

Den här undersökningen har som syfte att ta reda på om en särskild grupp texter uppfyller kännetecknen för en genre. Undersökningen är således en genreanalys och jag har valt att följa Bhatias arbetsprocessmodell för analysarbetet. Denna modell presenteras i underkapitel 4.3. Som textanalysmetod för kartläggningen av modebloggtexternas konventioner tillämpar jag Hellspong & Ledins (1997) metod för brukstextanalys som presenteras i kapitel 4.1. Eftersom metoden är skapad för analysen av skrivna texter och mitt material är multimodalt, kompletterar jag den med Barthes (1964) teori om bildernas denotation och konnotation. Den presenteras i kapitel 4.2. Jag utför inte någon heltäckande analys av bildernas budskap utan fäster uppmärksamheten vid deras tematik som är relevant med tanke på samspelet mellan skriven text och bild i samband med utredningen av modebloggtexternas konventioner.

4.1 Analysverktyg för skrift

Hellspong & Ledins textanalysmetod utgår från en textmodell där tre sidor av en text står i fokus: sammanhanget eller kontexten, uppbyggnaden eller strukturen samt framställningssättet eller stilen (Hellspong & Ledin 1997:41). Modellen bygger på SFG och språkets metafunktioner som presenterades i kapitel 1.4. Jag är intresserad av modebloggtexternas gemensamma sociokulturella verksamhet och kontextanalys lämpar sig till kartläggningen av den. Verktyg för analysen av kontext har jag redan behandlat i kapitel 2.3 och de används för att besvara undersökningens första forskningsfråga. I detta kapitel beskriver jag verktyg för analysen av textens struktur för att svara på den andra forskningsfrågan om hurdana textuella konventioner som kan urskiljas i modebloggtexter. I Hellspong & Ledins analysmetod analyseras texten på tre strukturnivåer. Textens innehåll som utgör den ideationella strukturen tas upp i 4.1.1. Relationer som bildar den interpersonella strukturen behandlas i 4.1.2 och form som är den textuella strukturen behandlas i 4.1.3. De olika strukturerna kan inte analyseras helt var för sig, eftersom

språkets alla tre metafunktioner är närvarande i texter hela tiden (Holmberg & Karlsson 2006:26) och analysen återspeglas av detta. Jag tar upp endast de delar av analysmodellen som jag anser vara relevanta med tanke på syftet och uppfattar som centralaste i ramen för den här undersökningen.

4.1.1 Den ideationella strukturen

Textens ideationella struktur handlar om innehållet. Den kan beskrivas med hjälp av begreppen *tema*, *proposition*, *modalitet*¹³ och *perspektiv* varav det sistnämnda är det mest övergripande analysbegreppet. (Hellspong & Ledin 1997:115, 133, 135.) Jag koncentrerar mig på analysen av modebloggtexternas tema och perspektiv, och närmare sagt *subjektperspektiv*.

I varje text kan man urskilja ett *makrotema* som är textens huvudtema, med andra ord det ämne som hela texten i stort sett handlar om. Det är temat på texthelhetens nivå, men det är även möjligt att gå hierarkiskt på lägre nivåer i textens struktur och urskilja olika *mikroteman*. Beroende på forskarens tolkning kan mikroteman fungera som makroteman för en mindre del av texten och på detta vis får textens *tematik* en hierarkisk struktur. Det hur långt ner i hierarkin man går med temafördelningen och hur detaljerat man namnger teman påverkar olika forskares tolkningar av samma texts tematik. Det beror också på texten hur tydligt det övergripande makrotemat kan urskiljas. Makrotemat är *explicit*, när det uttrycks tydligt. Detta kan göras i rubriken genom *rubricering* eller i ett annat strategiskt valt ställe (som i inledningen) genom *positionering*. Det kan också framhåvas med hjälp av någon lämplig konstruktion eller genom typografin, vilket kallas *fokusering*. På textens lägre nivåer är temat ofta *implicit*, underförstått. (Hellspong & Ledin 1997:117–134.)

Perspektiv är textens synvinkel och kan spåras genom att iaktta olika språkliga drag, textens *perspektivmarkörer*. Det finns två huvudtyper av perspektiv: *subjekts-* och *jämförelseperspektiv*. Jämförelseperspektivet handlar om att uttrycka perspektiv på det

13 Begreppet modalitet används här i en annan bemärkelse än vad som diskuterades i samband med multimodalitet.

sagda genom jämförelse med en annan företeelse och uttrycks typiskt genom bildspråket. Jag behandlar inte jämförelseperspektivet i min analys eftersom det inte verkar spela en relevant roll för genrestatuset av mitt material. Subjektperspektivet fokuserar på en *individuell* eller *kollektiv* synvinkel hos en viss person eller grupp. Det kan utgå från textens sändare, då det är frågan om *författarperspektiv*, eller dess mottagare genom tilltal, då det kallas *läsarperspektiv*. Om perspektivet förankras i en aktör i texten handlar det om *aktörsperspektiv*. Alla dessa perspektiv är typer av *personperspektiv*, men *sakperspektiv* kan också förekomma. Subjektperspektivet har olika dimensioner som är relevanta att granska i samband med analysen av en eventuell modebloggenre. Subjektperspektivet kan definieras i förhållande till subjektets avstånd till textvärlden (dvs. textens version av verkligheten, Björkvall 2009:55) som *inifrån-*, *utifrån-*, *fjärr-* eller *närperspektiv*. Också relation till tid och textvärldens giltighet får uttryck via perspektivet som kan vara *nutids-*, *dåtids-* eller *framtidsperspektiv* och *realistiskt* eller *fiktivt*. Subjektperspektiv kan även bygga på en viss ideologi eller teori. (Hellspång & Ledin 1997:135–140.)

4.1.2 Den interpersonella strukturen

Den interpersonella strukturen handlar om textens sociala sida, om relationen som skapas mellan textens *textjag* och *textdu*, den tänkta eller inskrivna sändaren och mottagaren. Medan den verkliga relationen mellan textens sändare och mottagare hör till situationskontexten kan relationen mellan textjaget och textduet analyseras med hjälp av begreppet *ram*. Med en ram menas textens inre situation och den relation som kan tolkas utifrån den egentliga texten antingen uttryckligen eller som något underförstått. Relationen mellan textjaget och textduet kan därför vara helt annorlunda än den mellan textens verkliga sändare och mottagare. Det kan också finnas flera *röster* i texten än vad det finns deltagare i kommunikationen. (Hellspång & Ledin 1997:172.) I min interpersonella analys utgår jag från begreppet ram och koncentrerar mig i tilltal, omtal, distans och närhet. Även begreppen språkhandling och inbäddning tillämpas i analysen och presenteras därför i det följande.

Tilltal och *omtal* avslöjar hurdana (mottagar)roller texten ger åt textjaget och textduet. Hellspong & Ledin är lite otydliga med användningen av begreppet mottagarroll som dyker upp både i samband med situationskontexten och med textens inre interpersonella struktur (jfr Hellspong & Ledin 1997:52–53, 173). Jag ser begreppet som tillhörande till textens yttre kontext och verkliga deltagare, och pratar istället enkelt om roller i samband med textens inre ramar. Tilltal och omtal positionerar textjaget på ett visst avstånd från textduet och realiserar ofta genom användningen av personliga pronomen. Att tilltala läsaren med *du*, till exempel, minskar *distansen* och skapar *närhet* i texten. (Hellspong & Ledin 1997:173–175, 179.)

När man granskar tilltalets sammanhang i texten kan man få ytterligare information om de sociala roller som skapas mellan textjaget och textduet genom att fokusera på *språkhandlingar*. Språk är ett redskap för social handling och när vi använder språket utför vi språkhandlingar som uttrycker textjagets och textduets relation. Språkhandlingar kan motsvara en särskild grammatisk konstruktion, då de kallas *allmänna*. De allmänna språkhandlingarna är ett påstående, en fråga, en uppmaning, en interjektion och ett utrop. När språkhandlingar inte är bundna till en viss form kallas de istället *speciella* för sin funktions del. Det finns åtskilliga speciella språkhandlingar men några exempel är ett löfte och en komplimang som klassificeras som *positiva*, samt ett hot och en anklagelse som räknas som *negativa*. (Hellspong & Ledin 1997:161–167.) Jag genomför inte en systematisk analys av modebloggtexternas språkhandlingar, men fäster uppmärksamhet vid dem i samband med analysen av texternas ram.

Något som ytterligare påverkar textjagets röst och hela ramen är *inbäddning*. Inbäddad text är text som har eller ser ut att ha en annan avsändare än den övriga texten. Ett typiskt exempel på inbäddning är citat i tidningsartiklar. Textduets relation till textjaget i den inbäddade texten kan skilja sig från den textduet har till den övriga textens textjag. Rösterna av de två textjagen kan också blandas så att det blir oklart för läsaren vems röst det är som har ordet. (Hellspong & Ledin 1997:175.)

4.1.3 Den textuella strukturen

Den textuella strukturen kan beskrivas på tre nivåer: *lexikogrammatik*, *textbindning* och *komposition*. Jag koncentrerar mig i modebloggtexternas komposition och lexikogrammatik. Till analysen av lexikogrammatiken hör i Hellspong & Ledins modell språkdrag som handlar om lexikonet samt syntaxen. Hellspong & Ledin konstaterar att det finns ett stort utbud av språkdrag att fokusera på. Ordklasser, ordbildning, ordens längd samt status som allmänord eller fackord och innehållsord eller formord nämns som intressanta drag att fokusera på i lexikonet. Vad gäller syntaxen nämns fraser, satser och meningar. (Hellspong & Ledin 1997:67–78.) Inom ramen för denna undersökning har jag valt att behandla den lexikogrammatiska nivån bara ytligt genom en kvantitativ frekvensanalys av ordförrådet. Jag har med hjälp av programmet *UAM Corpus Tool* räknat de mest frekventa orden i materialet och jämfört dem med ordfrekvenser i andra svenska genretexter för att få fram hur modebloggtexternas lexikon ser ut i förhållande till dem samt granskat modebloggtextlexikonets typiska drag i allmänhet. Jag analyserar inte modebloggtexternas syntax utan koncentrerar mig på textens sammansättning på kompositionens nivå. Analysen av kompositionen ger övergripande information om texternas uppbyggnad och lämpar sig därför bättre för kartläggningen av en möjlig genre.

Kompositionen handlar om textens sammansättning. Den kan enligt Hellspong och Ledin analyseras utifrån tre aspekter: *textmönster*, *disposition* och *metatext*. Jag är mest intresserad av texternas textmönster, eftersom det berättar mest om genretexternas funktion i diskursgemenskapen. Det hur textens olika delar har olika funktioner utgör en texts textmönster, och detta kan urskiljas genom att utgå från textens uppgift i sitt sammanhang. (Hellspong & Ledin 1997:96–98.) I praktiken betyder detta att min analys av modebloggtexternas textmönster bygger på min förståelse för deras kontext. Varje del med en tydlig funktion i texten kallas för ett *drag*. Eftersom dragen realiserar textdelarnas funktioner avslöjar deras sammansättning, det vill säga textmönstret, textens övergripande syfte (Hellspong & Ledin 1997:97). Därför är analysen av textmönstret värdefull för utredningen av en genres kommunikativa mål. Hur standardiserat textmönstret är beror dock på genren (Hellspong & Ledin 1997:97). I analysen av textmönstret i multimodala modebloggtexter kan jag inte koncentrera mig för endast

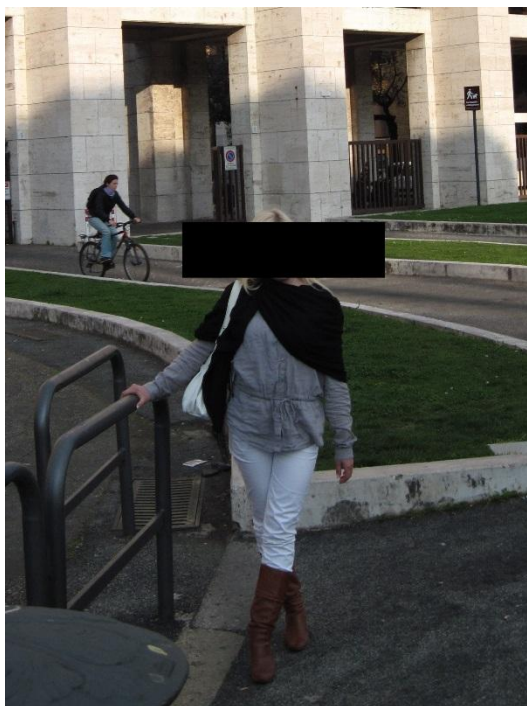
skriften utan behandlar hela texthelheten.

4.2 Bildspråket i text

Med *bild* förstår jag ett tecken vars relation till dess referent baserar sig på likhet, det vill säga är *ikonisk*. Denna definition kommer från den semiotiska traditionen. (Nöth 2003:170, Nikula 2004:27.) För bildernas del är det mest intressanta i samband med utredningen av modebloggens genrestatus att fästa uppmärksamhet vid hur bilderna fungerar i textens helhet med tanke på textmönstret och tematiken. I samband med den tematiska analysen bjuder Barthes (1964) teori om bildernas denotation och konnotation den lämpligaste utgångspunkten för analysen, eftersom den ger möjlighet att enkelt definiera vad varje bild i stort sett handlar om. Enligt Barthes innehåller bilder ett icke-kodat ikoniskt meddelande som är bildens bokstavliga, perceptionella meddelande, och ett kodat ikoniskt meddelande, som är ett symboliskt meddelande och kan läsas av bilden med hjälp av betraktarens kulturella bakgrundsinformation. Det icke-kodade ikoniska meddelandet kallas bildens *denotation* och det kodade ikoniska meddelandet *konnotation*. (Barthes 1964:109–110.)

Barthes menar att bara fotografiet kan förstås som bärare av ett icke-kodat meddelande, eftersom andra slags bilder, såsom teckningar, använder sig av en kod även i sin denoterade form och deras läsning kräver därmed ytterligare kunskap än bara den som är knuten till vår perception (Barthes 1964:123). Alla bilder som förekommer i mitt material är antingen fotografier eller fotocollage vilket gör det möjligt att utgå från bildernas denotation i analysen av bildernas konnotationer. I figur 3, till exempel, kan denotationen beskrivas kortfattat som ”en person står framför en byggnad med benen i kors och håller om ett metallräcke med sin högra hand, ansiktet och hela kroppen vända mot bildens betraktare, medan en cyklist cyklar i bakgrunden”. Att byta ordet *person* mot ordet *kvinna* i denotationens skriftliga beskrivning skulle omvandla beskrivningen till en konnotationsbeskrivning, eftersom perceptionen egentligen inte ger oss information om den avbildade personens fysiska kön. En bokstavlig bild är enligt Barthes knappast möjlig att skapa, vilket betyder att bilder alltid är konnoterade i praktiken och denotationen är en

teoretisk beteckning för meddelandet som kan uppfattas med den första graden av begriplighet (Barthes 1964:123).



Figur 3 En exempelbild.¹⁴

Jag använder tolkningen av bildernas konnotation som uttryck för bildernas makrotema i samband med modebloggtexternas tematiska analys. Bildspråk är inte ett universellt språk (Koivisto 2011:47) och konnotationsanalysen påverkas av betraktarens kultur samt bildens kontext och textuella omgivning (Barthes 1964:117, 120–121). I konnotationsanalysen strävar jag efter den uppenbaraste konnotationen som kan tolkas med hjälp av bakgrundsinformation från bloggtexternas kontext samt textens helhet som omger bilden. Vad som är uppenbart är förstås relativt och beror på forskarens tolkning på samma sätt som urskiljandet av textens teman i samband med den skriftliga texten (se kapitel 4.1.1). Här är det därför viktigt som forskare att framlägga sina uppfattningar om kontexten vilket jag gör i kapitel 5 (jfr Lassus 2010:44, 71). Om exempelbilden (se figur

¹⁴ Exempelbilden kommer av upphovsrättsliga skäl inte från forskningsmaterialet, men liknar de bilder som finns där. Upphovsrätten av denna bild ägs av forskaren. Ansiktet är täckt över för att skydda identiteten av den avbildade.

3) skulle vara en del av de analyserade texterna skulle dess uppenbara konnotation enligt min tolkning och i ljuset av kontexten vara ”bloggskribenten poserar i dagens outfit”.

4.3 Bhatias arbetsprocessmodell

Bhatia har utvecklat en detaljerad arbetsprocessmodell för analysen av genrer. Modellen har sju faser:

1. Genretextens placering i situationskontexten
2. Litteraturgenomgång
3. Avslipning av kontextanalysen
4. Materialval
5. Fördjupning i den institutionella kontexten
6. Lingvistisk analys
 - Nivå 1: Lexikogrammatisk analys
 - Nivå 2: Analys av de textuella dragen
 - Nivå 3: Strukturell analys av genren
7. Granskning av resultaten med hjälp av expertinformanter

(Bhatia 1993:22–36).

Bhatia påpekar att forskaren som använder modellen ska själv avgöra om hon eller han måste gå genom alla faserna. Analysens syfte och fokus samt forskarens bakgrundskunskaper spelar roll i vad som är relevant och meningsfullt att ta med. (Bhatia 1993:22). I faserna 3 och 6 fördjupas textintern analys medan de andra faserna berör mest de textexterna, sociokulturella dragen av en genre.

I den första fasen placeras texten i en situationskontext. Forskare som själv har erfarenhet av genren i fråga har bättre bakgrundskunskaper som hjälper att få en bild av varför genren är konventionellt skriven på det sätt som den är. Det är bakgrundskunskaper, ledtråd i analysmaterialet och allmän encyklopedisk information som tillsammans med forskarens intuition ger en uppfattning om materialets kontext. (Bhatia 1993:22.) Jag uppfattar denna fas som formulering av motiveringar för forskningens syfte och i denna

studie syns resultatet av genomgången av fasen i kapitel 1. Kunskaper nådda i denna fas fördjupas sedan i den tredje.

Den andra fasen handlar om en litteraturgenomgång. Detta innebär tidigare analyser av samma eller andra liknande genrer samt relevanta handböcker, annan teori med mera (Bhatia 1993:22–23). I princip kan man väl säga att denna fas ingår i vilken som helst vetenskaplig analys där man bekantar sig med och presenterar sekundärlitteratur, vilket i denna avhandling gjordes i kapitel 1.3, 2 och 3.

I den tredje fasen ska forskaren förfina analysen av den kontextuella referensramen. Bhatia anger fyra punkter som man ska fästa uppmärksamhet vid. För det första ska man definiera författaren eller talaren och mottagaren samt deras relation och mål (jfr definition av deltagarroller och verksamhet i kapitel 2.3). För det andra ska man definiera den historiska, sociokulturella eller filosofiska positionen av diskursgemenskapen (jfr kulturkontext i kapitel 2.3). För det tredje ska man identifiera analysmaterialets bakgrund när det gäller lingvistiska traditioner och andra texter som omger den analyserade genretexten (jfr intertextualitet i kapitel 2.3). För det fjärde ska man identifiera det ämne eller den verklighet som texten försöker representera eller påverka samt textens relation till denna verklighet. (Bhatia 1993:23.) Det sistnämnda förstår jag som identifiering av eller hypotes om genrens kommunikativa mål. I denna studie behandlas den här fasen i kapitel 5.2 där motiv för läsning och skapande av modebloggtexter diskuteras i samband med beskrivningen av situationskontexten.

Den fjärde fasen handlar om valet av materialet. Analysens syfte avgör materialets storlek. För att kunna välja en lämplig korpus för analysen ska forskaren ha klart för sig hur den valda genren skiljer sig från andra närliggande genrer. Distinktionen kan bygga på genrens kommunikativa mål, situationskontexten eller några textuella drag. (Bhatia 1993:23–24.) Eftersom studiens syfte är att se om en ny, på förhand odefinierad genre är möjlig, kan förhandskunskaper om den analyserade genrens särdrag i förhållande till andra genrer inte styra materialvalet på andra plan än det intuitiva. I denna studie bygger materialvalet i alla fall på kunskaper om situationskontexten. Materialvalet presenterades i kapitel 1.2 med tillhörande motivationer.

I den femte fasen undersöks den institutionella kontexten där genren uppstår. Här märks

det tydligt att Bhatia har utvecklat arbetsprocessmodellen med utgångspunkt inom undersökningen av akademiska och yrkesmässiga genrer, eftersom manualer och andra publicerade dokument nämns som goda källor för institutionell information. Lingvistiska, sociala, kulturella, akademiska eller professionella regler och konventioner står i fokus. Denna fas är speciellt viktig om materialet tillhör en specifik organisation, eftersom organisationer ofta har sina egna konventioner som påverkar genrens utveckling. (Bhatia 1993:24.) Eftersom mitt material inte består av facktexter inom en viss institution är denna fas inte relevant. De lingvistiska, sociala, och kulturella konventionerna granskas i tillräcklig utsträckning i den tredje fasen.

I den sjätte fasen utförs en lingvistisk analys som kan göras på en eller flera av tre nivåer beroende på vilken eller vilka av dem är mest relevanta med tanke på undersökningens syfte. På den första nivån analyseras lexikogrammatiska drag. Detta görs kvantitativt och resultatet förblir därför ganska ytligt när syftet endast är att upptäcka hurdana lexikogrammatiska drag förekommer i texten. Det är möjligt att få svar på hur genren skrivs men inte varför den skrivs just så. (Bhatia 1993:24–26.) I denna studie handlar den kvantitativa lexikogrammatiska analysen om ordförrådet.

På den andra nivån av de lingvistiska analysen söks svar på varför-frågan. Varför är ett visst lexikaliskt, syntaktiskt eller diskursivt drag frekvent i den undersökta genren? De lingvistiska dragen textualiserar genrekännetecknande aspekter, de används inom en genre för ett visst syfte. Därför ska man på den här analysnivån fokusera på textuella mönster som avslöjar de taktiska aspekterna av det konventionella språkbruket. Genom den textuella analysen kan man söka svar på vilken genreaspekt vissa lingvistiska drag textualiserar. (Bhatia 1993:26–29.) I samband med min kvantitativa analys av ordförrådet fäster jag därför uppmärksamhet också vid anledningar till att vissa ord är frekventa.

Den tredje nivån av den lingvistiska analysen handlar om organisationen av budskapet i genretexter, alltså texternas struktur. Det är ofta möjligt att hitta upprepande mönster i strukturen av texter inom en genre. Bhatia pratar om en kognitiv struktur som innehåller olika *drag* (eng. *moves*, jfr begreppet i samband med diskussionen om komposition i kapitel 4.1.3) som alla har ett eget kommunikativt syfte. Dessa kommunikativa delsyften bidrar till det kommunikativa målet av hela texten. Med andra ord, vissa sätt att organisera budskapet för att förmedla intentioner och nå det övergripande kommunikativa målet

föredras inom en viss genre. Analysen av textens struktur avslöjar dessa för en viss genre typiska organisationssätt av budskapet. (Bhatia 1993:29–30.) I denna studie behandlas den här delen av analysen i kapitel 6.4.

Den sjunde fasen handlar om granskningen av resultatet av analysen. Detta görs med hjälp av en informant som är en rutinerad användare av genren i fråga, en medlem av diskursgemenskapen. Den här fasen är speciellt viktig om forskaren i stället för ett deskriptivt resultat syftar snarare till ett mer förklarande resultat. Informantens reaktioner kan bekräfta resultatet och skapa validitet för analysen. Eftersom Bhatia sysslar med akademiska och professionella facktexter listar han en rad olika krav för informanten som inte alla riktigt lämpar sig till analyser av annorlunda genrer. (Bhatia 1993:34–36). Den sjunde fasen anser jag inte som sådan vara nödvändigt för min studie eftersom det i den inte är fråga om institutionella texter. Även om jag inte använder informanter kan materialvalets motivationer, som presenterades i kapitel 1.2, samt användning av Noppari & Hautakangas (2012) studie som referenslitteratur på sätt och vis ses fungera som ett motsvarande validitetsskapande moment i processen.

5 Modebloggtexternas kontext

Jag har valt att följa Hellspong & Ledins råd att börja textanalysarbetet från kontexten och göra iakttagelser om vad som är karakteristiskt för kommunikationssituationen och kunde avslöja något om textens funktion (Hellspong & Ledin 1997:47). Samma tanke finns även som den första och tredje punkten i Bhatias arbetsprocessmodell som jag använder som en struktur för analysen (se kapitel 4.3). I detta kapitel behandlas analysen av modebloggtexternas kontext och syftet är att komma fram till en sociokulturell verksamhet kring modebloggtexterna och besvara därmed den första forskningsfrågan. Jag utgår i stora delar från tidigare forskning enligt Bhatias modell men kopplar den till iakttagelser från mitt material när det är möjligt. Den egentliga textinterna analysen presenteras dock först i kapitel 6. Jag diskuterar först kort den kulturkontext som omger modebloggar i kapitel 5.1. Därefter beskrivs modebloggtexternas situationskontext i kapitel 5.2 och till slut behandlas intertextualiteten i kapitel 5.3. I alla exempel som finns med i detta kapitel är rubriker skrivna med versaler och bildtexter med kursiv. Brödtexter är skrivna i rak stil och platsen för bilder är markerad med [bilder]. Länkar är skrivna i fetstil i grått. De ord och uttryck som diskuteras särskilt i samband med exemplet är understrukna.

5.1 Kulturkontexten

Inom ramen för denna studie ser jag det motiverat att beskriva kulturkontexten i begränsad utsträckning och lyfta här upp relevanta aspekter från kulturkontextens tre sidor: den sociala organisationen, den andliga kulturen och den materiella kulturen. Kulturkontext förknippas oftast till en kultur i ett visst land eller hos en viss nation (se till exempel Lassus 2010). Det är klart att när språket används på ett visst geografiskt område påverkas det av områdets och folkets vanor och värderingar. När det gäller modebloggtexter som är internettexter måste man ändå öppna perspektivet något. Internet, eller *cyberspace* som det också kan kallas när man pratar om kultur, kan enligt

sociologen Christine Hine (2000:9) förstås som ett rum där kultur formas och omformas. Eftersom modebloggskribenter och -läsare befinner sig samtidigt både i den svenska kulturen och också i den globala cyberspace-kulturen blir båda kulturer en del av texternas sociala organisation och andliga kultur.

I Noppari & Hautakangas studie (2012:109) kommer det fram att till exempel de finska modebloggarna har utvecklats med svenska modebloggar som förebilder. Detta visar internetkulturens förmåga att överskrida nationella och geografiska kulturgränser och berättar samtidigt om idéernas och fenomenens spridning via internet. I mitt forskningsmaterial syns internetkulturens globala påverkan tydligast genom att majoriteten av inläggen har en engelsk översättning under den svenska brödtexten och de flesta inläggsrubriker och bildtexter är skrivna på engelska istället för svenska både i Topp-blogg och i Den äldsta. I Den yngsta används inte engelska på samma sätt och det globala sammanhanget är inte synligt i mitt material från denna blogg, men bloggen existerar i alla fall i samma globala internet som de två äldre bloggarna.

Noppari & Hautakangas berör också diskussionen om mediagenerationsklassificeringar, där man har börjat prata om en ny generation Z av nätnativer födda efter år 1992. Denna generation har ett annorlunda förhållande till öppenhet vad det gäller privatlivets framställning på nätet jämfört med tidigare generationer X och även Y, nätgenerationen född efter 1982 (Noppari & Hautakangas 2012:85, Matikainen 2011). Cyberspace-kulturen påverkar alltså den sociala organisationen i form av människors beteende när det kommer till privatlivets gränser. I ljust av Findahls statistik (se kapitel 1) kan man anta att majoriteten av modebloggläsare högt sannolikt tillhör nätgeneration Z dvs. är 22 år gamla eller yngre och har därmed ett öppet förhållande till privatlivet på internet och kanske till och med kräver att privatlivet är tillräckligt närvarande i modebloggar (jfr Lövheim 2011a). För bloggskribenternas del kan man med hjälp av granskningen av sådana blogginlägg där bloggskribenten svarar läsarnas frågor konstatera att textjaget och förmodligen även sändaren i Den yngsta tillhör denna generation. Sändaren i Topp-blogg presenteras på bloggens första sida som 23 år gammal, alltså en representant av generation Y. Sändaren i Den äldsta hade i december 2011 skrivit ett inlägg med en presentation om sig själv där hon definierar sig som 30-årig, vilket betyder att beroende på hennes

födelsedatum tillhör hon antingen generation X eller Y.¹⁵ Trots sändarnas generationsskillnader kan öppenheten ses i alla bloggar i bland annat det hur familjemedlemmar och vänner nämns vid namn (se exempel 1–3) och avbildas i bloggtexter eller hur hemort anges och bilder från hemmet visas.

- Ex. 1 Jag och Aleks är så olika i köket. Vi turas väl tyyyyp om varannan kväll [...] (Topp-blogg)
- Ex. 2 Är så glad att jag och Micke uppskattar samma saker och att vi kan ligga och skratta åt oss själva. Vi blir som två små barn i bland som triggas varandra och till slut ligger ihopvikta av skratt. Det är kärlek det! (Den äldsta)
- Ex. 3 Igår kväll åkte jag hem till Johanna och spelade massa sällskapsspel med tjejerna! Idag rörde jag mig mot gymmet direkt när jag vaknade, sedan nu är jag hemma hos lydia med henne o Karin. Evelina är även på g hem hit. (Den yngsta)

Sett ur den materiella kulturens synvinkel är det den teknologiska utvecklingen som är en förutsättning för de sociala förändringarna i internetkulturen. Genom de nya teknologierna har den så kallade personliga masskommunikationen blivit möjlig via sociala medier och publiken fått en aktivare mottagarroll (se Matikainen 2011). I bloggar syns publikens möjlighet att delta i kommentarfunktionen som finns med i alla granskade bloggar. I Sverige använder över 90 % av människor i åldern 12–34 internet dagligen (Findahl 2013:9) och i ljuset av detta finns de materiella förutsättningarna för deltagandet i textaktiviteter på internet för i princip alla, vilket gäller även för modebloggar. I den materiella kulturen ligger också orsakerna till att modebloggtexterna inte kan ha en lång historia, eftersom skapandet av dessa texter förutsätter teknologi som har blivit uppfunnen först under de senaste decennierna. Den möjliga modebloggenren kan därför inte heller vara gammal. Som det framgick i kapitel 1.2.1 är de valda bloggarna i undersökningstidpunkt cirka åtta (Topp-blogg), nio (Den äldsta) och tre (Den yngsta) år gamla.

15 Information om bloggskribenternas ålder framgår inte av mitt textmaterial utan jag har granskat modebloggarnas helhet för att hitta informationen.

5.2 Situationskontexten

I det följande redogör jag för situationskontexten för de granskade svenska modebloggarna. I analysen har jag följt Bhatias rekommendationer (se kapitel 4.3) och den baserar sig delvis på genomgång av sekundärlitteratur och delvis på mina egna observationer både i analysmaterialet och i bloggofären allmänt. Observation används som metod inom bland annat etnografisk skrivforskning och till exempel Karlsson (1999) har utnyttjat det i sin studie av hemsidbruket.

5.2.1 Kommunikations sättet

Modebloggtexter produceras och används genom ett bloggmedium som styr texternas utformning. Bloggar är webbsidor som är organiserade på ett speciellt sätt. De kan se olika ut men formaten är det utmärkande. Det grundläggande kriteriet är att det finns korta¹⁶, daterade inlägg samlade på en webbsida. Inlägg, det nya innehållet som läggs in vid uppdatering, är organiserade i omvänd tidsordning. (Blood 2004:53, Mortensen & Walker 2002:249, Sveningsson et al. 2003:41–42.) På det viset påverkar mediet modebloggtexternas disposition, om man utgår från att bloggans inlägg tillsammans formar texthelheten (se kapitel 1.2.2 för diskussion om bloggtextens yttre gränser). Alla de granskade bloggarna följer samma tidsdisposition som bestäms av mediet: det som står överst på textflödet och är med dateringen markerat som det nyaste uppfattas som det nyaste. Detta är viktigt att veta för läsaren, eftersom inläggtexterna är oftast förankrade i nuet genom tidsadverbial som *idag* och *igår* som syftar på olika dagar i olika inlägg.

Bloggmediet möjliggör skapandet av multimodala texter som kan innehålla både skriven text, bilder, filmsnuttar, ljud med mera. I det valda materialet förekommer skriven text och bilder i alla bloggar och musikvideo i Den äldsta, men granskar man bloggarnas helhet hittar man video även i Den yngsta och Topp-blogg. Mediet skapar dessutom

¹⁶ I definitioner för bloggar nämns inläggets korthet ofta som ett särdrag trots att adjektivet kort har ett vagt och relativt betydelse (se t.ex. Sveningsson et al. 2003:42).

förutsättningar för kraftigt hypertextuellt textskapande i och med att bloggar existerar på internet som webbsidor, dokument kodade i HTML (Hyper Text Markup Language). HTML-dokument har egenskapen att vara kopplade till andra HTML-dokument eller delar inom samma HTML-dokument genom *länkar*. Länkarna gör att den som läser webbsidan kan genom att klicka på länken bli förflyttad till andra webbsidor eller andra delar av webbsidan ifråga. Läsaren har alltså en möjlighet att interagera med hypertexten på ett sätt som man inte kan göra med linjära texter, till exempel genom att styra sin läsning. (Sveningsson et al. 2003:40). I alla bloggar som jag analyserar i denna studie syns hypertextualiteten först och främst i form av länkar som finns som inbyggda delar i bloggans format i samband med varje inlägg samt i åtskilliga element som omger inläggen och fungerar som länkar.

Hypertextuella element kring inläggen i alla granskade bloggar är webbannonser, länkar till andra sociala medier där det går att följa bloggskribenten samt menyer för navigering i bloggen. Därtill finns det i Den äldsta och i Den yngsta länkar som tillhör den bloggportal där bloggen finns, det vill säga länkar som finns med på alla bloggar som publiceras inom samma portal. I Den äldsta finns det också en lista med länkar till andra webbsidor. Länkar som dyker upp i samband med varje inlägg i alla bloggar är inläggrubriken som fungerar som en permalänk för just det aktuella inlägg samt en länk som leder till inläggets kommentarer. I Den äldsta och i Topp-blogg finns även länkar som kopplar inlägget med en viss inläggskategori som bloggskribenten har skapat. Länkar som förekommer inne i inläggens textflöde diskuteras i samband med intertextualitet i kapitel 5.3.

Inga särskilda kunskaper såsom HTML-kunnighet krävs för textskapandet genom bloggmediet och delvis därför är tröskeln för att publicera ett inlägg mycket låg (Mortensen & Walker 2002:259). Detta syns även i mitt material i inläggens publiceringstäthet (se bilaga). I Topp-blogg har 2–3 inlägg publicerats per dag och alla de granskade tio inläggen har publicerats inom fyra dagar. I Den äldsta har alla tio inlägg publicerats i löpet av två dagar, fem inlägg på vardera dag. I Den yngsta är publiceringstätheten 1–4 inlägg per dag och de granskade tio inläggen har publicerats inom sju dagar så att det finns högst en dags paus mellan två inlägg.

Alla bloggar som granskas i denna studie är öppna bloggar som inte är skyddade med

lösenord. Deras kommunikationssätt begränsar därmed inte publiken. Som jag konstaterade tidigare finns det ett kommentarfält i samband med varje inlägg i materialet. Det är typiskt för bloggmediet att det förutom möjligheten att publicera inlägg också finns möjlighet att motta responser och föra dialog genom en kommentarfunktion (Blood 2004). Det brukar också vara möjligt för bloggans ägare att kunna välja vilka kommentarer han eller hon vill låta bli publicerade på sin blogg. Tidsinställning av publiceringen av inläggen är vanligtvis också möjligt, vilket betyder att kommunikationen inte nödvändigtvis sker i realtid. Också redigering av de publicerade inläggen i efterhand brukar vara möjligt, vilket igen komplicerar definitionen av textens gränser (jfr kapitel 2.2). Inom ramen för denna undersökning går det inte att fastställa i hur stor utsträckning dessa funktioner gäller för de granskade bloggarna.

Till bloggmediet hör naturligtvis det fysiska redskapet som behövs för skapandet och mottagandet av bloggtexter: det krävs en eller annan slags dator för att kunna delta i bloggtextaktiviteter. Datorn eller mobiltelefonen har för sin del betydelse för hur kommunikationen via bloggtexter sker, till exempel genom hur bildkvaliteten och layouten syns på skärmen och hurdan laddningshastigheten är (se Paasonen 2013:44). I samband med beskrivningen av modebloggtexternas kommunikationssätt är det värt att noteras att detta påverkar modebloggarnas läsning men jag har inte ägnat mig åt att jämföra läsningen av mitt material med hjälp av olika slags datorer, eftersom det inte är relevant i denna studie.

Om modebloggarnas kod kan sägas att den är relativt bred. Det krävs ingen särskild utbildning för att kunna förstå koden eftersom de granskade texterna behandlar vardagliga saker och är skrivna i ”vardaglig stil”. Denna iakttagelse är i linje med resultat från tidigare forskning där slutsatsen är att modebloggskribenterna är ”vanliga tjejer” eller vill i alla fall ge intryck att vara det (se Noppari & Hautakangas 2012:11–12, Lövheim 2011a:8). Dock krävs det kunskaper i engelska för att kunna förstå de enstaka ord eller fraser som dyker upp då och då (se exempel 9 i kapitel 5.2.3). Eftersom språket på internet skiljer sig ofta från konventionellt skriftspråk (Bellander 2010:27) krävs det i alla fall tolkningskunskaper för sådana typiska drag som smilisar och förkortningar, men med tanke på internetkommunikationens ställning i människornas och särskilt de ungas vardag (se till exempel Findahl 2013) kan bruket av sådana drag knappast ses som något som

skulle göra modebloggkoden smal. I mitt material förekommer smilisar i alla bloggar.

På basis av materialet kan man ändå dra slutsatsen att någon slags specialvokabulär trots allt finns och kräver att mottagaren har tidigare kunskaper om modebloggtexter. Det som tyder på detta i forskningsmaterialet är inläggrubriken *Dagens* som finns med i två av de tio granskade inläggen i Den yngsta samt ytterligare ett när man ser på alla januari-inlägg. Det förklaras inte vad rubriken syftar på utan i det ena inlägget handlar den skrivna texten om vad bloggans textjag hade gjort och skulle göra under de närmaste dagarna och i det andra finns det ingen brödtext. Men i båda inläggen finns det ett helfigursporträtt av bloggskribenten (eller textjaget) genast under rubriken och med hjälp av mina bakgrundskunskaper om modebloggosfären kan jag tolka att detta ord syftar på *dagens outfit* och har betydelsen "textjagets klädsel den aktuella dagen". Denna slutsats får bekräftelse i materialet när man jämför förekomsten av ordet *dagens* i de andra granskade bloggarna i alla januari-inlägg. I Topp-blogg förekommer ordparet *dagens outfit* tre gånger (se exempel 4 och 5) och i Den äldsta två gånger (se exempel 6–8). Särskilt exemplen från Den äldsta visar att det handlar om ett begrepp, när ordparet skrivs inom citattecken med stor initial.

- Ex. 4 Innan jag bjussar på dagens outfit så får ni se mina nya boots. (Topp-blogg)
- Ex. 5 Ska ta en liten paus från jobbet nu och springa iväg till gymmet (därav dagens slappa outfit, orkar aldrig klä upp mig när jag ändå ska träna och duscha, men några av er har sagt att det är kul att se bilder ändå!) (Topp-blogg)
- Ex. 6 Här har ni iallafall dagens outfit! (Topp-blogg)
- Ex. 7 Det känns härligt 70-talschict och påminner om outfiten jag kommer att visa er i "Dagens outfit" lite senare i dag! (Den äldsta)
- Ex. 8 Jag utgår alltid från "Dagens outfit" när jag bestämmer övriga inlägg och försöker sedan att få ett bra flyt och harmonisk känsla mellan inläggen. (Den äldsta)

Noppari & Hautakangas (2012:24) menar att *dagens outfit* bilder (finska: *päivän asu -kuva*) har varit ett centralt element för presentationen av jaget sedan modebloggarnas tillkomst. Även i Bordis studie om interaktionen i dagboksaktiga modebloggar utgör *dagens outfit* bilder över hälften av materialet (Bordi 2011:45).

5.2.2 Verksamheten

Vad är modeblogg egentligen? Benämningen modeblogg finns uppenbarligen i bruk, det kan man konstatera snabbt om man surfar på internet, men vad benämningen syftar på är inte helt självklart. Är det en genre eller något annat är ju den centralaste frågan den här undersökningen söker svar på. Att benämningen modeblogg finns i bruk bekräftar att det åtminstone sociokulturellt finns något som kallas för modeblogg och en verksamhet som heter modebloggande. I de granskade bloggarnas kontext syns detta i det hur de talas om som just modebloggar på internet (se kapitel 1.2.1).

Modebloggandet sker i cyberspace och fenomenet hör till 2000-talet. De granskade bloggarna är interaktiva på grund av kommentarfunktionen och offentliga i och med att vem som helst med tillgång till internet kan läsa dem. Det är frågan om sociala medier som kan definieras som användarbaserad interaktiv kommunikation som pågår på internet, är fri från institutioner¹⁷ och är offentligare än ett privat samtal (Laaksonen et al. 2013:13–16). Beskrivningen av modebloggarnas verksamhet har alltså utgångspunkt i definitionen av sociala medier, men definitionen berättar ännu inte så mycket om verksamhetens syfte.

Om man bara ser benämningen *modeblogg* utan att veta mer om fenomenet kunde man snabbt dra slutsatsen att det är frågan om bloggar som handlar om mode. Detta stämmer visserligen delvis, men som det framkommer senare i samband med min tema-analys i kapitel 6.3 handlar modebloggar även om en hel del andra ämnen än bara mode. Också Noppari & Hautakangas har fått samma resultat (2012:18). Enligt dem handlar modebloggandet om presentationen av skribentens livsstil i en bredare utsträckning. De har kommit fram till tre motiveringsgrupper till varför modebloggar skrivs. Trots att deras studie handlar om finska modebloggar kan dessa resultat antas gälla även för svenska

17 Definitionen i Laaksonen et al. kommer från *Mapping actor roles in social media: Different perspectives on value creation in theories of user participation* av Bechmann, Anja & Lomborg, Stine (2012:3) och innehåller tanken om att sociala medier är fria från institutioner. Laaksonen et al. påpekar ändå att definitionen har kritiserats på grund av att sociala medier existerar företrädesvis på ett fåtal stora företags portaler vilket innebär att kommersialismen är närvarande. Detta är fallet även med bloggarna Den yngsta och Den äldsta. Bloggaren i Topp-blogg däremot är ledamot på ett företag som går under hennes egen namn (info hämtat från allabolag.se 2.5.2014) och bloggen har förmodligen en central roll i företaget som kan anses utgöra en slags institution.

modebloggar delvis på grund av kulturkontexternas stora likhet (se till exempel Lassus 2010:48–53 samt diskussionen i kapitel 5.1) dels på grund av att Noppari & Hautakangas stödjer sina resultat med utländska undersökningar samt förklarar att modebloggfenomenet i Finland har utvecklats med den svenska modebloggosfären som förebild (Noppari & Hautakangas 2012:109).

De tre motiveringsgrupperna för modebloggskrivandet är *jag-arbete*, *gemenskap* samt *offentliga och professionella skäl*. Motiven i de två förstnämnda grupperna överlappar varandra. (Noppari & Hautakangas 2012:22–23.) Eftersom verksamheten som en del av situationskontexten handlar om sociala handlingar kan motiven från Noppari & Hautakangas undersökning sammanfattas till följande handlingar för skribentens del: att uttrycka ens egen personlighet, att skapa sociala relationer, att underhålla och påverka läsare, att dela idéer och information samt att eventuellt tjäna pengar (Noppari & Hautakangas 2012:22–23). Utifrån mitt material är det inte möjligt att säga huruvida alla dessa skäl stämmer för de granskade bloggarna, men Noppari & Hautakangas resultat ger information om modebloggverksamheten i allmänhet. Läsarnas synliga deltagande i kommunikationen genom kommentarfunktionen i modebloggar bidrar till möjligheten att både avsändaren och mottagarna kan skapa kontakter med likasinnade och bilda sociala nätverk samt trivas i andras sällskap (Noppari & Hautakangas 2012:22, 58). Eftersom modebloggar fokuserar på bloggskribentens personlighet och textjaget (se kapitel 6 för redogörelse för hur detta syns i mitt material), liknar de en följetång, vilket gör att ett motiv för bloggläsning är läsarens nyfikenhet för hur ”berättelsen” om textjaget kommer att utvecklas (Noppari & Hautakangas 2012:61). För modebloggens läsare är modebloggens funktion som idé- och inspirationskälla också ett viktigt motiv för läsandet (Noppari & Hautakangas 2012:47, 63). I ljuset av Noppari & Hautakangas undersökning är läsarnas primära handlingar i rollen som läsare och kommenterare att söka inspiration och idéer, bli underhållna samt skapa sociala relationer.

Jag kommer tillbaka till Noppari & Hautakangas (2012) resultat som berör modebloggverksamhetens syfte senare i samband med sammanfattningen av mina analysresultat i kapitel 7 där dem fungerar som ersättning för expertinformation i arbetsprocessens sjunde fas (se kapitel 4.3 för de olika faserna i Bhatias arbetsprocessmodell).

5.2.3 Deltagarna

De uppenbara deltagarna i modebloggverksamheten är bloggskribenten och läsarna som söker gemenskap, inspiration och idéer. I kapitel 6.2 redogör jag för hur strävan efter att skapa samhörighet får uttryck i mitt textmaterial. Modebloggens publik består dock inte bara av vänner och likasinnade individer utan också av potentiella samarbetspartner (Noppari & Hautakangas 2012:38). I de sammanlagt trettio inlägg som utgör mitt material syns inga direkta hänvisningar till samarbetspartner, men nämmandet av olika företag i samband med bilder av olika produkter i Topp-blogg och i Den äldsta visar att det åtminstone finns goda möjligheter för företag att göra avtal med bloggskribenter för att annonsera sina produkter genom dem (se exempel 9 och 10).

Ex. 9 [bild]

Shoes from Jennie-Ellen // coat from Nelly // jeans from Dr.Denim // Céline bag // Prada sunglasses // Acne sweater (Topp-blogg)

Ex. 10 2014 är troligtvis året då jag kommer att bära jeans och byxor allt mer och ovan ser ni ett par hyfsat nya favoriter i garderoben från Isabel Marants kollektion för H&M. (Den äldsta)

I Den yngsta syns inga sådana hänvisningar till företag i de inlägg som ingår i mitt material. Trots den möjligtvis ganska heterogena publiken av modebloggar koncentrerar jag mig på att granska de arketyppiska deltagarrollerna mellan bloggskribent och den likasinnade unga kvinnliga läsaren. Detta val motiverar jag med statistiken om bloggläsningen i olika åldersgrupper där unga kvinnor uppträder som mest aktiva (se kapitel 1) samt det faktum att kommersiella aspekter i modebloggar har redan fått uppmärksamhet bland annat inom handelsvetenskapliga forskningsgrenar (se till exempel Kulmala 2011 och även Pöllänen 2011). Situationskontextens deltagare och textens röster är två olika saker. Eftersom jag inte använder informanter i denna studie får jag inte information om deltagarrollerna direkt ur mitt material. Därför stödjer jag mig här på Noppari och Hautakangas resultat i tal om deltagarroller.

Sociala relationer skapade genom modebloggen påverkar bloggskribentens textproduktion. Noppari & Hautakangas nämner strävan efter att underhålla läsarna och uppehålla en när kontakt med dem som en viktig faktor för verksamheten. Å ena sidan

plikt känslan av att vara skyldig underhållande innehåll och personlig närvaro till läsarna men å andra sidan också viljan att bli känd och få en viss status i modebloggosfären styr bloggskrivandet. (Noppiari & Hautakangas 2012:22, 62–71.) Bloggens läsare däremot har rollen som sökare av inspiration, idéer och underhållning (Noppiari & Hautakangas 2012:47, 61, 63).

Mortensen & Walker är av meningen att bloggar alltid är till för både skribenten och hans eller hennes läsare (Mortensen & Walker 2002:256). Denna slutsats kan man även dra från skildringen av verksamheten i det föregående avsnittet där ömsesidigt intresse för social samhörighet behandlades. I motsats till många andra medier möjliggör modebloggar en mycket aktiv mottagarroll dels på grund av hypertextualiteten (se diskussion om hypertextualiteten i Karlsson 2007:20–24) och dels på grund av bloggans kommentarfunktion. På detta vis präglas relationen mellan sändaren och mottagaren av likvärdighet. Man kan även anta att bloggskribenten har sina läsares förtroende. Den relation som sändaren skapar mellan textjaget och textduet i modebloggtexter förespråkar denna slutsats (se kapitel 6.2) även om textinterna relationer inte direkt bevisar något om deltagarnas egentliga roller.

Trots likvärdigheten är det klart att makten inte är jämnt fördelad mellan parterna. Modebloggskribenten har makten att blockera läsares kommentarer vilket begränsar läsarnas möjligheter att uttala sig. Många bloggskribenter ser sig också som opinionsbildare på internet (Noppiari & Hautakangas 2012:91) och det gör knappast mottagaren i sin roll som bloggans läsare, vilket skapar asymmetri till deltagarrelationen. Läsarna har för sin del makten att påverka bloggans existerande genom att sluta läsa bloggen. Det är dock viktigt att minnas att många av läsarna kanske också har en egen blogg (jfr Findahls statistik om bloggskrivandet i kapitel 1) och om bloggskribenter läser varandras bloggar och formar en tät gemenskap kan de alla ha liknande roller i förhållande till varandra. I mitt material förekommer två direkta hänvisningar till andra bloggar, en i Den yngsta och en i Topp-blogg (se exempel 11 och 12), men det går inte att tolka om det finns en ömsesidig läsarelation mellan bloggskribenterna.

Ex. 11 OM OMBYTТА ROLLER I EN VÅLDTÄKT: VAD HADE HAN PÅ SIG DÅ?

Inlägget har jag tagit av brunetten.se

[citerat inlägg] (Den yngsta)

Ex. 12 [bilder]

Photos by Polish blogger [Karina in Fashionland](#)

Jag var bara tvungen att lägga upp några [Karin](#)s bilder där hon bär [IvyRevel](#)'s gröna paljettklänning. Hon ser ut som a million bucks! (Topp-blogg)

Sändarrollen kan påverkas även av modebloggskribenternas offentliga sociala status, vilket inte är detsamma hos alla bloggskribenter. I det granskade materialet är Topp-blogg en blogg vars skribents sociala status knappast kan anses likna det av en genomsnittlig läsare eller ens modebloggskribent. Genom sin blogg har skribenten blivit en kändis som har startat ett klädmärke, vunnit internationella bloggpris och bland annat medverkat i den populära tv-serien *Let's dance*¹⁸. Topp-bloggs skribent har fått en roll som mode-expert och offentlig idolfigur. Det är möjligt att skribentens idol-status syns i läsarkommentarer som jag i ramen för denna undersökning har valt att inte inkludera i analysen. I de analyserade inläggen kan man ana statuset av att vara en känd topp-bloggare i två inlägg där skribenten skriver om deltagandet i blogg-galor (se exempel 13).

Ex. 13 Efter mötet ska jag förbi Ida Sjöstedt och prova lite klänningar. Jag behöver något att ha på mig på blogg-galan i Berlin, och något till ELLE-galan. (Topp-blogg)

Bakom modebloggskribenternas förvandling till mode-expertes ligger den samhällliga utvecklingen hur hierarkiska skillnader mellan de professionella och lekmän inom media har blivit ifrågasatta av internetkulturen (Paasonen 2013:36).

18 Information är hämtad ur inläggen i bloggen ifråga utanför forskningsmaterialet.

5.3 Intertextualiteten

Bloggskribenten behandlar händelserna i sin vardag och lägger ut dem i en bredare kontext. En enskild blogg utgör kontexten för sina inlägg men bloggar tillsammans genom länkandet bildar samtidigt en större kontext för det som skribenten lägger ut och läsarna läser på en blogg. (Mortensen & Walker 2002:258–259.) Redan för kommunikationsmediets del bygger modebloggtexter på intertextualitet. Runtom modeblogginläggens egentliga textinnehåll som utgör materialet i denna undersökning finns det bland annat reklam och länkar till andra bloggar. Dessa skapar horisontell intertextualitet till bloggen och dess texter. (Se kapitel 5.2.1.)

På basis av det granskade materialet i denna undersökning kan man skilja mellan olika uttryck för horisontell intertextualitet i modebloggtexter. Länkar till andra webbsidor förekommer ofta i bildtexter i Den äldsta i samband med inlägg som presenterar produkter, till exempel plagg, för att visa deras ursprung (se exempel 14). Då är det inte bara länken som skapar intertextualiteten utan ofta också till exempel en bild på produkten som har blivit lånad från en annan webbsida. I Topp-blogg finns det den här typen av länkar bara när det presenteras ett plagg från bloggskribentens eget klädmärke (se exempel 12 och 15). Intertextualiteten uttrycks ändå på samma sätt också i Topp-blogg genom listandet av klädmärken även om dem inte fungerar som länkar.

Ex. 14 *Coat- [Topshop.com](#), pants- [Rutandcircle.com](#), nail polish- [Chanel.com](#), bag- [Rebecca Minkoff/Sarenza.se](#) (Den äldsta)*

Ex. 15 *Sweater from [IvyRevel](#) // skirt from [Other stories](#) // leather jacket from [Acne](#) // [RayBan sunglasses](#) // [Acne boots](#) (Topp-blogg)*

Det förekommer också att bloggtexten innehåller länkar till andra bloggar och lånat innehåll från dem. Bland de granskade inläggen i Topp-blogg finns ett inlägg där bloggskribenten har publicerat bilder från en annan blogg och kommenterar dem. En källhänvisning i form av en länk finns med (se exempel 12). I Den yngsta finns till och med ett helt inlägg som bloggskribenten har lånat från en annan blogg utan att tillsätta egna kommentarer eller liknande i brödtexten. Intertextualiteten är markerad med en länkad källhänvisning under skribentens egen inläggsrubrik (se exempel 11). Denna länk

är den enda som förekommer i de granskade inläggen i Den yngsta.

De nämnda formerna av horisontell intertextualitet kan även ses som vertikal intertextualitet. Vertikal intertextualitet handlar ju om genretexternas påverkan på den aktuella texten i form av genretypiska drag och horisontell intertextualitet överhuvudtaget verkar vara ett typiskt drag för alla granskade texterna, även om det bara förekommer en länk bland de granskade tio inläggen i Den yngsta. Hänvisning till egna äldre inlägg kan också ses som en form av intertextualitet. I Den äldsta finns det ett inlägg som bygger helt på ett annat inlägg från tidigare år. Inläggets rubrik visar att det handlar om en hänvisning till året innan och i slutet av inlägget finns det en länk till en lista som bloggskribenten har publicerat i ett inlägg i 2013 (se exempel 16). Inlägget handlar om det huruvida målen listade året innan har blivit uppfyllda. Intertextualiteten mellan egna inlägg kan även vara begränsad till en liten bakåtblick som skapar ett tydligt band mellan två inlägg. Den här typen av intertextualitet förekommer i Den yngsta där hänvisningen till ett föregående inlägg markeras med *somsagt* (se exempel 17).

Ex. 16 FOLLOW UP ON MY 2013 LIST

[...]

Find my 2013 list [here](#) (Den äldsta)

Ex. 17 Igår var jag iväg till Lydia med tjejerna somsagt, vi gick ut och åt. (Den yngsta)

I allmänhet syns modebloggtexternas intertextualitet inte bara i modebloggar, utan texterna har förbindelser till andra texter där intertextualiteten är synlig, till exempel i andra ställen i bloggösfären eller på internet och medier för övrigt. Ett intressant exempel på intertextualitet utanför bloggtexterna är modebloggskribent Sofi Fahrman's romantrilogi som handlar om modebloggandet i Stockholm. Böckerna har också förvandlats till en TV-serie.

6 Textsyften i modebloggar

I detta kapitel redogör jag för resultaten av den textuella analysen av modebloggtexterna. Analysen har genomförts med fokus på olika inslag på textens tre strukturnivåer. Kapitelfördelningen här återspeglar analysprocessen och följer analysmomenten för analysmetoden av den skrivna texten. Analysen av den skrivna texten kompletteras med analysen av bilderna. I alla exempel som finns med i detta kapitel är rubriker skrivna med versaler och bildtexter med kursiv. Brödtexter är skrivna i rak stil och platsen för bilder är markerad med [bilder]. Länkar är skrivna i fetstil i grått. De ord och uttryck som diskuteras särskilt i samband med exemplet är understrukna.

6.1 Ordförrådet

Lassus (2010:92–93) har i samband med sin studie sammanfattat frekvensberäkningar av några sverigesvenska allmänspråkliga korpusar för att visa hur vissa ord är vanligare i svenska texter oberoende av genre medan andra är typiska för en viss genre. Hennes sammanfattning finns i tabell 1. För att visa hur ordförrådet i modebloggtexter i stora drag förhåller sig till andra svenska texter har jag räknat ordfrekvenser i mitt material och uppställt de vanligaste orden i tabell 2. Jag jämför här mina resultat med både Lassus (2010) och Hård af Segerstads (2002) resultat. Hård af Segerstad har forskat i språkbruk och -anpassning i datorförmedlad kommunikation med fokus i e-post, snabbmeddelanden, chat och sms.

Tabell 1 Vanliga ord i några svenska korpusar. Ur Lassus 2010:93

Frekventa ord i korpusen "äldre svenska romaner" ⁱ	Tiotusen i topp ⁱⁱ	Frekventa ord i korpusen "romaner 1976-77" ⁱⁱⁱ	Frekventa ord i korpusen "romaner 1980-81" ^{iv}	Talspråkets mest frekventa ord ^v	Frekventa ord i Press 97 ^{vi}
och	och	och	och	de (det)	i
det	i	det	det	e (är)	och
att	att	att	i	å (och)	att
i	en	han	att	så	det
han	som	jag	jag	ja (jag)	som
en	det	i	en	att	en
som	är	på	som	ja	på
jag	av	en	på	på	är
på	den	som	han	som	av
hon	på	inte	var	man	för

i <http://spraakbanken.gu.se> → 1000 i topp

ii Sture Allén (1972) *Tiotusen i topp*. Motsvarar korpusen *Press 65* i Språkbanken.

iii <http://spraakbanken.gu.se> → 1000 i topp

iv <http://spraakbanken.gu.se> → 1000 i topp

v Jens Allwood (1998): *Some frequency based differences between spoken and written Swedish*

vi <http://spraakbanken.gu.se> → 1000 i topp

Av Lassus sammanfattning kommer fram att de vanligaste orden som förekommer i alla av de undersökta genrerna bland de tio mest frekventa orden är *och*, *det*, *att*, *som* och *på*. Dessa ord är grammatiska ord som används främst för att skapa textuell struktur i texten. De ingår bland de tio vanligaste också i modebloggtexterna med det undantag att *som* kommer först på plats 13 och 16. I Lassus frekvensberäkningar är orden *i* och *en* bland de tio vanligaste i alla skrivna genrer och bland de 20 vanligaste i talspråket (Lassus 2010:92). Också i modebloggtexter ingår dessa ord i de 20 vanligaste. Av detta kan man dra slutsatsen att alla dessa ovannämnda ord inte berättar så mycket om särdragen just i den möjliga genren som modebloggtexterna tillhör.

Tabell 2 Vanliga ord i modebloggar

Topp-blogg	Den äldsta	Den yngsta
jag	jag	jag
och	och	på
det	är	och
på	i	är
i	det	så
är	att	att
att	på	det
så	en	har
med	så	med
en	den	inte
för	för	en
har	som	i
inte	med	till
vi	ni	mig
som	till	som
men	har	man
nu	ett	för
mig	om	om
from	av	men
ska	gillar	ska

Lassus nämner de personliga pronomenen *jag*, *hon* och *han* samt det generaliserande *man* som relativt vanliga i talspråket och romanerna och påpekar att dessa ord inte är frekventa i pressmaterialet, vilket nog beror på att de syftar till personer, som inte är så centrala i saktexter eller alternativt oftast nämns där med namn eller titel (Lassus 2010:92). I Hård af Segerstads undersökning (2002:253) ingår orden *jag*, *vi*, *man* och *dom* bland de tjugo högst frekventa orden i talspråkmaterialet. Enligt Hård af Segerstad (2002:252–253) finns det likheter mellan ordfrekvenser i talspråket och informell kommunikation genom sms, chat och snabbmeddelanden vilket syns bland annat i höga frekvenser av orden *jag* och *du*.

Som framgår av tabell 2 är *jag* det klart frekventaste ordet i modebloggtexter. Ordet *jag* har första platsen i det undersökta materialet med 410, 662 och 123 förekomster. Som ord skiljer det sig från de tidigare nämnda modebloggarnas frekventa ord i och med att det

alltid har som funktion att peka ut en bestämd ur textens synvinkel klart identifierbar person som i modebloggtexter är textjaget eller möjligtvis bloggskribenten, beroende på perspektivet. I Topp-blogg och Den yngsta finns också *mig*, objekts- eller den reflexiva formen av pronomen, med bland de 20 frekventaste orden. Textjagets roll är alltså central i modebloggtexter. Orden *hon*, *han*, *du* och *dom* dyker inte upp som högt frekventa ord i modebloggar men de personliga pronomenen *vi* (med placeringen 14., 31., och 25.) och *ni* (med placeringen 26., 17., och 28.) är högt frekventa i alla de granskade bloggtexterna. Användningen av de personliga pronomenen behandlas i samband med analysen av texternas ramar i kapitel 6.2.

I Den yngsta förekommer pronomenet *man* som ett högt frekvent ord i likhet med talspråket i Lassus sammanställning i tabell 1 samt Hård af Segerstads resultat från talspråkets ordfrekvenser (Hård af Segerstad 2002:253). Talspråkigheten i modebloggar syns även i förekomsten av ordet *så* som finns med både i Lassus och Hård af Segerstads talspråkframställning (Lassus 2010:92, Hård af Segerstad 2002:253). I modebloggtexternas ordförråd kan man märka även en del andra ord som hör till talspråket. I frekvenslistorna dök upp bland annat följande förkortade ordformer: *sån* (sådan), *sånt* (sådant), *sånna/såna* (sådana), *go* (god), *va* (var) och *de* (det) (se exempel 18). De två sistnämnda formerna förekommer endast i Den yngsta. Ordformen *de* (det) förekommer även i materialet i Hård af Segerstads studie där det är talspråkets allra frekventaste ord (2002:253). Hård af Segerstad har kommit fram till att icke-konventionell stavning som liknar talspråket är typiskt för kommunikationen via e-post, chat, snabbmeddelanden och sms (Hård af Segerstad 2002:257). Språket i modebloggar liknar alltså för förkortade ordformernas del språket i annan datorförmedlad kommunikation. Detta gäller även för förekomsten av smilisar som ;) och onomatopoetiska uttryck som *haha* (se exempel 18) som är typiska för alla de granskade bloggtexterna. I Den yngsta förekommer även förkortningen *iaf* (i alla fall) flera gånger. Både förkortningar och smilisar är typiska för internetspråket (Belander 2010:27, Hård af Segerstad 2002:257).

Ex. 18 Helt sjukt, haha. Vi beställde massa pizzor på Birkastans, fixade med lite pynt, ballonger och sånt[...] (Topp-blogg)

Ordet *är* ingår bland de 20 frekventaste orden i alla analyserade modebloggtexter och när man granskar de sammanhang där den oftast dyker upp märker man att beskrivande satser är typiska. Det är typiskt att beskriva hur utseendet eller kvaliteten av olika saker, inte sällan plagg, är enligt textjagets opinion (se exempel 19), men också hur textjaget känner sig (se exempel 20).

Ex. 19 Kappan är fantastiskt fin och likaså fuskskinnyxorna, nagellacken och väskan. (Den äldsta)

Ex. 20 Får se vad vi hittar på för kul, är helt slut efter träningspasset så det blir någon lugnt! (Den yngsta)

Ett särdrag som är viktigt att lyfta upp i det granskade materialet är förekomsten av engelska ord varav ett exempel *from* syns i tabell 2 bland de frekventaste orden i Topp-blogg. Just ordet *from* används i Topp-blogg och i Den äldsta i bildtexter där ursprunget av de plagg, accessoarer och föremål som presenteras i bilden förklaras. Den här typen av bildtexter är oftast skrivna som en lista bara på engelska så att till exempel istället för *högklackade skor* används ordet *heels*. Trots att engelska översättningar av brödtexten inte togs med i beräkningarna finns det därför gott om engelska ord som delar av inläggen. Den yngsta skiljer sig från de andra två bloggarna med att där är de få engelska orden egennamn bortsett från ordet *outfit* samt ordet *makeup* som förekommer en gång mitt i en svensk sats i betydelsen smink. I denna blogg finns inga översättningar av brödtexten heller, vilket tyder på att den här yngre och på det viset också mindre etablerade bloggen inte riktar sig till läsare utanför den svenska språkmiljön. En del ord som *outfit* och *boots* har en låneordsstatus i modebloggtexter. *Boots* nämns mitt i den svenska brödtexten både i Topp-blogg och i Den äldsta. *Outfit* används flera gånger i alla de tre granskade bloggarna (se exempel 4–8). Som diskuterades i kapitel 5.2.1 används orden *dagens* som förkortning för *dagens outfit*. Även de engelska formerna *today's* och *yesterday's* förekommer i Topp-blogg. *Yesterday's* syftar till gårdagens outfit.

Av tabell 2 framgår att i spetsen av modebloggarnas frekvenslistor förekommer ordet *inte*, i Topp-blogg på plats 13 med 101 förekomster och i Den yngsta på plats 10 med 45 förekomster. Den äldsta skiljer sig inte betydligt från de andra bloggarna eftersom *inte* är frekvent även där på plats 29 med 78 förekomster. I Hård af Segerstads material är *inte*

likaså högt frekvent både i talspråket, traditionellt skrift och i kommunikation i elektroniska medier sms, snabbmeddelanden och e-post (Hård af Segerstad 2002:253). Detta tyder på att ordet är relativt vanligt i flera kommunikationsformer och därför fäster jag inte ytterligare uppmärksamhet vid det.

Något som däremot är viktigt att ta upp är frekvensen av ordet *gillar* i Den äldsta där ordet förekommer 102 gånger. När man granskar frekvenserna för ordet *gillar* och liknande verb som uttrycker omtycke (*tycker om* samt *älskar*) båda i presens och infinitiv i alla bloggar märker man att denna typ av ord är mycket frekventare i Den äldsta än i de andra två bloggarna. Även ordet *älskar* förekommer 31 gånger och är således på plats 70 i frekvenslistan. I Topp-blogg förekommer *älskar* 9 och *gillar* 5 gånger medan de andra formerna dyker upp bara 0–2 gånger och i Den yngsta förekommer alla endast 0–3 gånger. Granskningen av ordens kontext i Den äldsta avslöjar att uttryck för textjagets positiva känslor för särskilt plagg och accessoarer förekommer ofta i texten (se exempel 21). Verbet *gillar* kopplas ofta även till läsarnas känslor i form av frågor som i exempel 22.

Ex. 21 Jag älskar att hitta fynd på reor och dessa clutchar, från Nelly.se, är inga undantag! (Den äldsta)

Ex. 22 Har ni någon färg ni gillar lite extra just nu? (Den äldsta)

6.2 Ramen

Ordförrådsanalysens resultat om frekvensen av de olika personliga pronomina i modebloggtexter ger anledning till att anta att läsarnas tilltal karakteriserar dessa texter och den möjliga genren. Inbäddning förekommer bara en gång i det granskade materialet i samband med ett inlägg som skribenten i Den yngsta har lånat från en annan blogg så den verkar inte spela en viktig roll för modebloggtexternas ram¹⁹. Därför har jag i analysen av modebloggtexternas ram koncentrerat mig på tilltal och omtal samt närheten som skapas genom dem. I alla de granskade bloggarna har skribenten valt att ge läsarna uppmärksamhet och göra textduet synlig antingen genom direkt tilltal eller indirekt med

19 Dock kan de lånade bilderna som olika fotocollage i Den äldsta och bilder från en annan blogg i Topp-blogg också uppfattas som inbäddning (se kapitel 5.3).

hjälp av omtal där orden *läsare* och *vi* markerar att textjaget söker en nära kontakt med läsaren. I direkt tilltal används pronomenet *ni*, vilket gör att tilltalet och textduet blir kollektivt. Eftersom du-tilltalet inte alls förekommer, får läsaren inte känslan av att vara i en speciell position som individ i textjagets ögon. Istället låter skribenten läsaren känna att hon tillhör en grupp, även om hon fysiskt skulle sitta helt ensam framför sin dator och läsa bloggen.

Det finns skillnader mellan hur ofta och hur läsarna tilltalas eller omtalas i modebloggtexterna. I alla bloggar görs det ändå i positiv anda och textjagets relation till textduet framställs som en avslappnad och varm vänskapsrelation. I Topp-blogg används pronomenet *vi* på sätt som kan tolkas som om att skribenten binder ihop textjaget och textduet och skapar närhet mellan dem. Exempelen 23 och 24, där *vi* klart syftar på de aktuella deltagarna i kommunikationen, exemplifierar detta.

Ex. 23 Ja jag gillar ju att göra typ så enkelt och snabbt som möjligt, vi snackar liksom falukorv och makaroner haha. (Topp-blogg)

Ex. 24 Nu ska vi se vad man kan göra av den här regniga lördagen. (Topp-blogg)

I andra bloggar används *vi* inte på detta sätt i ett syfte att inkludera läsaren. Den äldsta använder istället smeknamnsliknande omtal för att skapa närhet till läsarna. Smeknamn tillhör nära relationer och används vanligen inte av personer man inte känner. Exempel 25 och 26 visar hur skribenten ändå har valt att låta textjaget kalla textduet med kärleksfulla benämningar för att appellera till läsarens känslor och visa en vänskapsrelation.

Ex. 25 Ha en underbar start på det nya året raringar! (Den äldsta)

Ex. 26 Vad ska ni hitta på i dag sötnosar? (Den äldsta)

I Den yngsta tilltalas läsaren direkt endast neutralt med pronomenet *ni*, men det täta förhållandet avslöjas i ett inlägg där textjaget uppmanar läsarna att avslöja sin identitet till skribenten. Detta inlägg finns i sin helhet i exempel 27. Skribenten har valt att använda känslofulla ord som *älska* och *glad* och hjärtsymbolen <3 för att få läsaren att känna att hon är uppskattad av skribenten. När textjaget berättar att hon brukar besöka sina läsares bloggar fungerar det som ett bevis på att skribenten investerar sin tid på läsarna, tar deras roll som läsare och är på så vis likställd med dem.

Ex. 27 VILKA ÄR NI???

Skulle va kul att få se vilka ni är, jag älskar min läsare och df är det alltid så kul att få se ansiktet på er. Som när ni kommenterar min blogg, och har länk till eran blogg, då brukar jag alltid gå in och kika på er. Vissa bloggar har jag verkligen fastnat för :D Men iaf, skulle bli jätte glada om ni kunde kommentera vilken stad ni bor i och hur gamla ni är :D Och ni får självklart skriva ert namn och länka er blogg också! Kram <3 (Den yngsta)

I exempel 27 syns också två språkliga inslag som förekommer även i de andra bloggarna och talar om den vänskapliga intima tonen i modebloggtexterna. Det ena är användningen av frågor i samband med tilltalet vilket syns i rubriken i exempel 27 samt i exempel 26. I alla bloggar ställer textjaget frågor som är riktade till läsaren och inviterar till aktivt deltagande i interaktionen. Det andra typiska inslaget syns i avslutningen *kram* som liknar de hälsningar och önskningar som förekommer ofta i modebloggtexterna, också i exempel 27.

Det är sällan språkhandlingen i samband med läsarens tilltal har andra funktioner än att hälsa, önska eller fråga, om det inte är frågan om påståenden med en konstaterande funktion som i exempel 28 och 29. (Underförstått kan man dock tolka konstaterandet i exempel 29 som en invitation att komma tillbaka till bloggen för att se vad planerna blev.)

Ex. 28 2014 är troligtvis året då jag kommer att bära jeans och byxor allt mer och ovan ser ni ett par hyfsat nya favoriter i garderoben från Isabel Marants kollektion för H&M. (Den äldsta)

Ex. 29 Ingen planerat inför kvällen, men ni lär märka vad jag hittar på :D (Den yngsta)

Ett par gånger förekommer tilltalet ändå i samband med andra språkhandlingar. Skribenten i Den äldsta använder uppmaningen när textjaget tipsar textduet i exempel 30. Uppmaningen är ändå positiv. Skribenten av Topp-blogg har i exempel 31 valt att använda uppmaning för att förhindra läsarna att avslöja handlingen i en tv-serie. Även om det underförstådda förhindrandet är en negativ språkhandling tonas det ner av konstruktionen *var snälla* samt smilisen som signalerar den hövliga, vänliga relationen skribenten vill skapa mellan textjaget och textduet.

Ex. 30 Det är förresten ett hett tips till er som vill ha ett vackert och personligt bröllop i en bra prisklass. Spana in second hand och loppisar för där kan man göra fynd som sedan blir uppskattade detaljer i hemmet! (Den äldsta)

Ex. 31 Det händer ju ingeeettttt!! Ok om det gör det senare i säsongen så var snälla och inte spoila. :P (Topp-blogg)

Av tilltals- och omtalssätten i alla de granskade bloggarna kan man dra slutsatsen att modebloggtexternas ram präglas av närhet (se kapitel 4.1.2) och liknar en kommunikationssituation i en grupp av vänner. Detta resultat stödjer resultat från Noppari & Hautakangas (2012) och Lövheim (2011a).

6.3 Tematiken och perspektivet

Jag har utfört en tema-analys för varje granskat inlägg och i analysen har jag börjat med mikroteman på meningsnivån av den skrivna texten. På denna nivå är teman ur texthelhetens synvinkel ganska heterotematiska, vilket är ganska naturligt med tanke på meningsnivåns utförlighet. Eftersom inläggen är så korta är det ofta inte möjligt att urskilja olika delar med olika makroteman i inläggens struktur på en mer övergripande nivå än meningarnas. Var större tematiska delar finns är de inte särskild långa, eftersom inläggens längd varierar mellan en och 40 meningar när rubriken och bildtexten räknas med²⁰. I tema-analysen har jag för bildernas del utgått ifrån bildernas denotation och resulterat i bildens tema på det konnotativa planet som jag redogjorde för i kapitel 4.2.

I figur 4 finns ett exempel på hur ett inläggs tematik har blivit analyserad från meningarnas och bildernas makroteman till makrotemana av inläggets delar och till slut till ett övergripande makrotema av hela inlägget.

²⁰ Rubriker och andra liknande layoutmässigt enhetliga textenheter som ändå inte uppfyller kännetecknen för en grammatisk mening har räknats med som meningar här. Som en mening har till och med räknats en bildtext som består endast av tecknen < och 3 som utgör en hjärtsymbol.

Mening/bild	Mikro-tema 1	Mikro-tema 2	Makro-tema
IT'S A BARGAIN - PARTY CLUTCHES	handväskor på rea	handväskornas fördelar	handväskor
[bild]	handväskor på rea		
White & Black clutch from Nelly.se (69-149:-)	handväskor på rea		
Jag älskar att hitta fynd på reor och dessa clutchar, från Nelly.se, är inga undantag!	handväskor på rea		
Den enkla modellen är helt perfekt och jag gillar verkligen guldkedjan som gör det där "lilla extra".	handväskornas utseende		
Själv är jag mest sugen på den ljusare varianten och den är även den billigaste (26:-) så det kanske blir det köp nu när rean är i full gång!	valet mellan två väskor		
Vilken färg väljer ni?	läsarnas val av väska	läsarnas val av väska	

Figur 4 Tematiken i ett monotematiskt inlägg i Den äldsta.

I de granskade inläggen är det oftast möjligt att hitta ett övergripande makrotema för inlägget, men det är inte heller så sällan slutsatsen blir heterotematisk istället för monotematiken. Det finns två heterotematiska inlägg i det granskade materialet från Den yngsta och fem i det från Topp-blogg, medan alla de granskade inläggen i Den äldsta visade sig vara monotematiska. Typiskt för de på makronivån heterotematiska inläggen är att det finns två teman varav det ena är relaterad till mode och klädsel medan det andra handlar om textjagets vardag. I figur 5 finns ett exempel på tematikens struktur vid sådana inlägg.

Mening/bild	Mikro-tema	Makro-tema
BABY BLUE	färgen ljusblått	den nya tröjan
[bild]	bloggaren iförd den ljusblå tröjan	
[bild]	bloggaren iförd den ljusblå tröjan	
<i>Sweater from Acne</i>	tröjan	
Idag har jag på mig min nya tröja!	den nya tröjan	
Gillar modellen, kort och boxig.	tröjans modell	
Färgen passar sig väl egentligen bättre till våren men äh, lite babyblå en sån här grå dag kan väl inte skada.:D	tröjans färg	
Nu blev jag precis färdig med dagens sista möte så nu ska jag hem och slappa på soffan.	dagens aktiviteter	textjagets vardag
Känner mig fortfarande sliten efter nyårsnatten och bara allmänt seg efter juledigheten.	textjagets tillstånd	
Jag har svårt att komma in i rutinerna igen (trodde det var ett skämt när klockan ringde imorse), och snart är det ju helg IGEN också men på måndag kör vi!	återhämtning till vardagsrutiner	
Nytt år för fan!	nytt år	

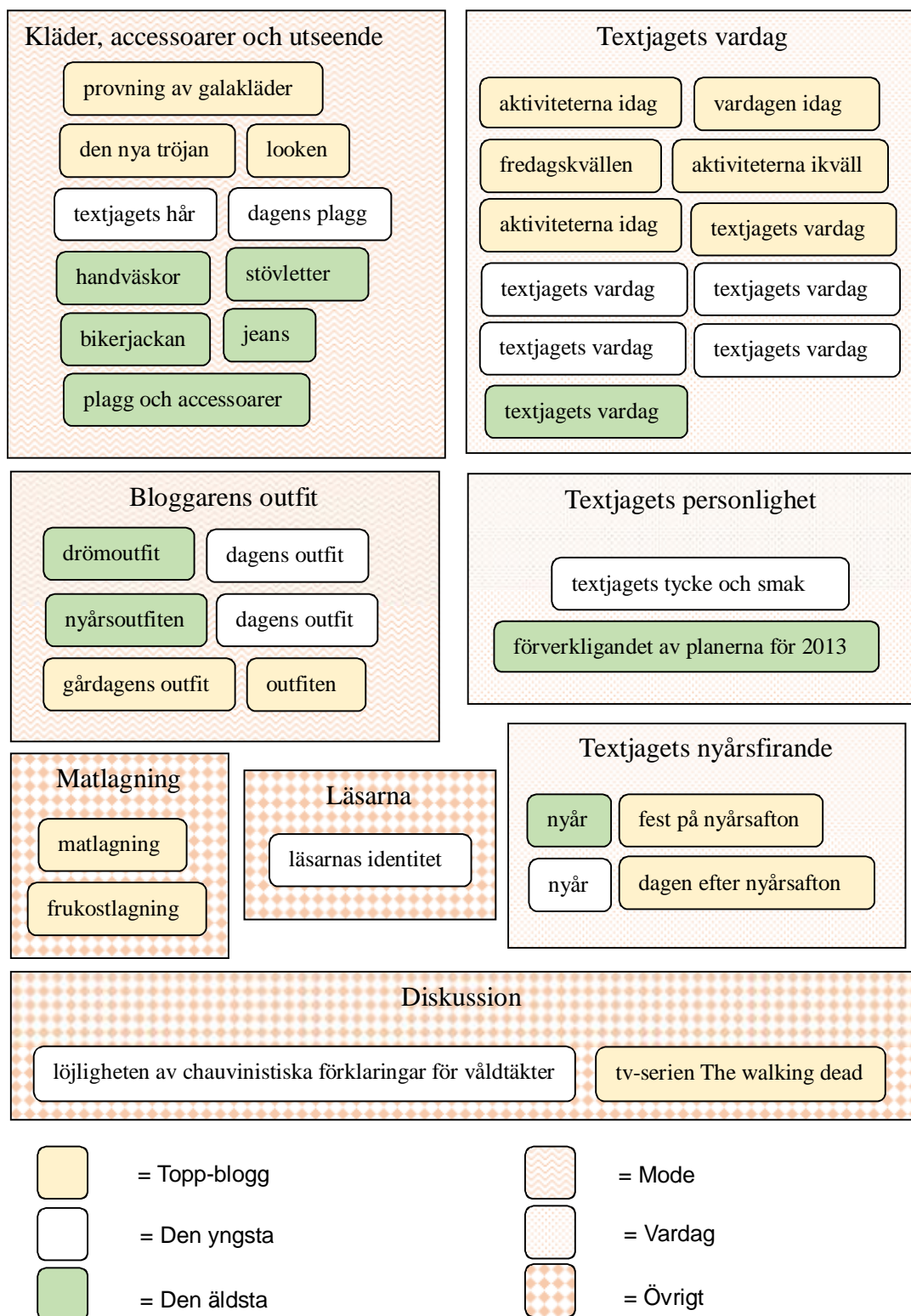
Figur 5 Tematiken i ett heterotematiskt inlägg i Topp-blogg.

I samband med heterotematiska inlägg är det typiskt att mode-temat får ett stort utrymme genom inläggets bilder och bilderna och deras samspel med den skrivna texten spelar därför en viktig roll för tolkningen av tematiken. Till exempel i det ovannämnda inlägg som finns tematiserat i figur 5 finns det två bilder mellan rubriken och bildtexten och båda bilder har ett tema som handlar om klädsel. Det finns flera sådana inlägg där bilderna tillsammans med bildtexten eller rubriken presenterar mode-temat medan inlägget för övrigt för den skrivna textens del handlar till största delen om textjagets vardag. Layoutmässigt har bilderna en dominerande roll i alla granskade inlägg (se även Noppari & Hautakangas 2012:33–34) förutom ett inlägg i Den yngsta där inlägget helt saknar

bilder (se exempel 27 i kapitel 6.2).

Inlägget utan bilder är speciellt från tematikens synvinkel eftersom dess makrotema är *läsarnas identitet*. Inläggnivåns makrotema *läsarnas identitet* är enastående i Den yngsta, men det finns med på mikrotemanivå i flera inlägg i alla bloggar. Man kan sammanfatta inläggens makroteman från både de monotematiska och de heterotematiska inläggen genom att samla de i olika kategorier som illustreras i figur 6. Kategorierna fungerar som teman för texthelhetens nivå i de granskade modebloggarna. Kategorin *textjagets vardag* är störst med 11 inläggnivåns makroteman och *kläder, accessoarer och utseende* näststörst med 10 inläggnivåns makroteman. Hela bloggtexthelhets teman fördelar sig för största del mellan de övergripande kategorierna *mode* och *vardag* men det finns inlägg med teman som inte passar in under dessa övergripande makroteman och är markerade som tillhörande till kategorin *övrigt*.

De mest påfallande skillnaderna mellan olika bloggar är den ringa mängden vardagsrelaterade inlägg i Den äldsta och skillnaderna mellan olika bloggar vad det gäller inläggnivåns teman som inte passar in i de två övergripande makroteman *mode* och *vardag*. I Topp-blogg finns det ett makrotema som berör matlagning i två inlägg. Matlagning dök inte upp som tema i andra bloggar. I Den yngsta och i Topp-blogg finns ett inlägg i var, där skribenten behandlar ett tema som kan tolkas som en öppning för diskussion. Skribenten i Topp-blogg berättar sina synpunkter om tv-serien *The walking dead* och skribenten i Den yngsta tar upp ett allvarligare ämne i form av ett citerat inlägg som behandlar temat *löjligheten av chauvinistiska förklaringar för våldtäkter*, vilket är ett underförstått tema, då texten till synes handlar om varför våldtäktsmannen genom sin klädsel och sitt beteende signalerar att han vill bli bränd upp.



Figur 6 Makroteman i de granskade inläggen delade i åtta kategorier och tre övergripande temakategorier som utgör gemensamma makroteman för modebloggtexthelheter.

Som ett gemensamt makrotema för modebloggtexternas helhet kan man utifrån inläggsnivåns makroteman förstå *textjagets självuttryck*. För denna slutsats krävs dock att man har fäst uppmärksamhet vid bloggtexternas perspektiv som är typiskt ett individuellt subjektperspektiv där textjaget fungerar som aktör. Perspektivet förmedlas för det mesta genom bruket av pronomenet *jag*, men det kan också utelämnas när skribenten använder förkortade skriftspråksformer som i exempel 32. I en del meningar finns det inga perspektivmarkörer men dessa meningar kan av sammanhanget förstås höra till jag-rösten som finns med genomgående i alla inlägg (se de sista fyra meningarna i exempel 33).

Eftersom modebloggarnas idé inte är att vara fiktiva berättelser utan bygga på skribentens liv (jfr Noppari & Hautakangas 2012) kan bruket av pronomenet *jag* förstås som en markör för författarperspektiv och textens verkliga sändare istället för aktörsperspektiv av ett separat textjag, som ofta är fallet med romaner till exempel. Perspektivet i modebloggar är därför också realistiskt. (Jfr kapitel 4.1.1 om perspektivaspekter.) Jag-berättarens röst är den dominerande i alla bloggar oberoende av inläggets tema. Till och med ett recept är skrivet ur textjagets perspektiv (se exempel 33), vilket strider mot de typiska konventionerna för den typen av texter. Jag-berättaren förmedlar också innehållet av de moderelaterade inläggen antingen genom att beskriva produkter ur jagets synvinkel som i exempel 34 eller att själv uppträda i bilder iförd vissa kläder.

- Ex. 32 Va och klippte mig idag! Är super nöjd, så mycket skönare med kort hår!
(Den yngsta)
- Ex. 33 Men det finns ju enkla rätter som faktiskt är sjukt goda också. Som det jag gjorde igår! Jag stekte lax, kokade haricots verts och gjorde en bulgursallad. Den bestod av bulgur, paprika, avokado, gurka, mozarella, valnötter och solrosfrön. I med olivolja, citron & örtsalt. MUMS så gott! Serveras med crème fraiche med franska örter. (Topp-blogg)
- Ex. 34 Jag älskar att hitta fynd på reor och dessa clutchar, från Nelly.se, är inga undantag! Den enkla modellen är helt perfekt och jag gillr verkligen guldkedjan som gör det där "lilla extra". Själv är jag mest sugen på den ljusare varianten och den är även den billigaste (26:-) så det kanske blir det köp nu när rean är i full gång! (Den äldsta)

I samband med bilder kan man dock inte på samma sätt prata om perspektiv, eftersom om bloggskribenten själv uppträder i bilden är hon oftast inte den som står bakom kameran och betraktar bildens innehåll ur sitt betraktarperspektiv. I materialet finns det dock två bilder som kan tydligt uppfattas som så kallade *selfies*, självporträtt tagna av

bloggskribenten, där perspektivet är tydligare skribentens egen. I materialet från Topp-blogg finns det en selfie som bloggskribenten har tagit av sig själv med handen med kameran sträckt ut och i Den yngsta en tagen via spegeln. Jag hävdar ändå att bloggskribenten markerar sitt eget sändarperspektiv även till exempel i form av dagens outfit bilder trots att perspektivet fysiskt sett inte är hennes eget, eftersom klädseln kan förstås som ett sätt att uttrycka ens egen identitet (se Noppari & Hautakangas 2012:27). Att personen bär kläderna kan uppfattas som ett slags språkbruk: personen meddelar med sitt utseende att ”jag är sådan här”. Tanken om klädselns betydelse för identitetsarbete stöder även överhuvudtaget tolkningen att självuttrycket är ett övergripande tema för modebloggtexterna som har mode som det andra stora makrotemat (se figur 6).

De skift i perspektiv som förekommer i modebloggtexterna markeras oftast genom bruket av personliga pronomen *vi* och *ni*. *Vi* används för att hänvisa antingen till en grupp människor med vilken bloggskribenten har gjort eller gör något i sin vardag (se den första meningen i exempel 35), eller till en obestämd människogrupp som i slutet av exempel 35 där användningen av pronomenet är en del av ett fast uttryck.

Ex. 35 Nu ska vi börja vårt möte här på kontoret men jag ville bara kika in och önska er en trevlig dag. Efter mötet ska jag förbi Ida Sjöstedt och prova lite klänningar. Jag behöver något att ha på mig på blogg-galan i Berlin, och något till ELLE-galan. Vi får se vad jag hittar! (Topp-blogg)

Ni används i tilltal av läsarna (se kapitel 6.2). I samband med ett inlägg i Den yngsta samt några bilder som härstammar från andra bloggar i Topp-blogg är perspektivet ett aktörsperspektiv som tillhör underförstått de andra bloggare skribenter. Det är ändå sällan att perspektivet är en annan än bloggskribentens egen.

Tidsperspektivet är förankrat i nuet, vilket motsvarar Skärlunds resultat om dagboksbloggarnas tidsperspektiv (2010:36). Det är det närmaste förflutna som i exempel 32 och 33, nuet som i slutet av exempel 32 eller den nära framtiden som i exempel 35 som textjaget oftast blickar åt. Dock finns det undantag som ett inlägg i Den äldsta som bara handlar om hur de mål som textjaget hade satt i början av år 2013 hade blivit uppnådda under årets gång. Eftersom inläggen handlar om bloggskribentens erfarenheter och tankar som presenteras genom textjaget (jfr Noppari & Hautakangas 2012) är inifrån- och närperspektiven genomgående närvarande i texterna vilket syns bland annat i exempel 35 där alla händelser som beskrivs förankras i textjagets handlingar.

6.4 Textmönstret

Om man utgår från modebloggens layoutmässiga och tekniska fördelning kan man tänka att varje inlägg utgör ett drag i bloggtexthelhetens textmönster. Det går ändå inte att urskilja ett bestämt upprepande mönster för den löpande texthelheten så att dragen med olika funktioner skulle dyka upp i mönstret i en regelmässig ordning, att olika inlägg skulle ha olika funktioner och en bestämd plats i textflödet. Detta är i och för sig naturligt, eftersom blogghelheten expanderas och utvecklas ständigt med nya publicerade inlägg vilket gör att mönstret aldrig är ”färdigt”, om inte bloggen dör så att man kan granska dess utveckling från början till slut²¹. Textmönstret kan alltså inte beskrivas som en linjär lista av olika drag som följer varandra. Med tanke på att bloggar är dynamiska till sin natur måste textmönstret också förstås som ett mer dynamiskt begrepp.

Eftersom inlägg publiceras var för sig och är därmed tidsmässigt och layoutmässigt begränsade som skilda texthelheter är det meningsfullt att analysera textmönstret först på inläggsnivån. Inläggen är tematiskt fördelade i olika makrotemakategorier och jag har utgått från denna fördelning i granskandet av inläggens textmönster. Som jag nämnde i samband med kontextanalysen är inläggen i modebloggar och i även bloggar överhuvudtaget typiskt relativt korta textenheter. Därför består de olika dragen ofta av bara en mening eller en ännu kortare språklig enhet eller bild. I nästan varje inlägg finns det *ett inledande drag* i form av en rubrik. Rubrikens funktion är antingen att kort och tydligt introducera vad inlägget handlar om på ett likadant sätt som i tidningsartiklar (se Koivisto 2011:65) som i exempel 36 och inleda temat på detta vis. Rubriken kan också skapa en viss stämning genom att påpeka en detalj från inläggets innehåll som i exempel 37. Då fokuserar det inledande draget läsarens uppmärksamhet mot en viss riktning. Att med hjälp av det inledande draget väcka läsarnas intresse för inläggets innehåll är viktigt, eftersom enligt Noppari & Hautakangas studie (2012:22–23) är underhållning ett av motiven för modebloggläsning.

21 Det är dock värt att påpeka att även när en blogg inte längre uppdateras av skribenten fortsätter den hypertextuella helhetens utveckling genom utvecklingen av det som finns bakom alla i bloggen inkluderade länkar. Med början och slut syftas därför här på texten i den bemärkelse som den granskas som material i denna avhandling.

Ex. 36 HAPPY NEW YEAR OUTFIT

[bilder]

Maxi dress- [Bubbleroom.se](#), nude heels- [Have2have.se](#), hair band- gift from [Annelie](#), gold Iphone case- [MBMJ](#)/gift from Mike ([find it here](#)), rings- [Glitter.se](#), skull bracelets- [Ebay.com](#)

(Den äldsta)

Ex. 37 PINK

[bilder]

Sweater from [IvyRevel](#) // skirt from [Other stories](#) // leather jacket from [Acne](#) // [RayBan](#) sunglasses // [Acne](#) boots

Hemma en snabbis för att byta om! Nu ska jag iväg på dejt med Shiva. Vi ska äta middag och gå på bio! Ha en härlig lördagskväll allihopa ♥

(Topp-bloggen)

I exempel 36 berättar rubriken om att det som finns under handlar om klädseln för nyår och det är precis detta som avbildas i bilderna samt uttrycks med en listning av plagg i bildtexten. Här innehåller rubriken dessutom information som inte finns med i de andra elementen av inlägget, nämligen att klädseln är något för just nyår. I exempel 37 syns att rubriken *Pink* inte verkar ha någon koppling till den skrivna texten, men ser man bilderna i inlägget blir det tydligt att hänvisningen är till färgen av den avbildade bloggskribentens tröja som skapar en stark kontrast med den gråa bakgrunden i bilderna. Från rubrikens, bildernas och den skrivna textens samspel kan det tolkas att rubriken lyfter upp just kontrasten i inlägget: pink mot det gråa, en härlig lördagskväll med middag och bio mot vardagen, och inleder till temat på detta sätt.

Bland de granskade inläggen i Den yngsta finns det ett inlägg utan rubrik. Skribenten har valt att börja inlägget med en festlig bild på sig själv samt bilder på dryck och mat och den skrivna texten under bilderna handlar om nyårsfirandet. Här fungerar bilderna som det inledande draget men de har också en annan funktion, som alla modebloggarnas bilder verkar ha. De utgör ett drag som kan kallas *verklighetsförankring*. Bortsett från en bild används bilderna i inläggen för att visa att det som berättas skriftligt faktiskt stämmer och är en händelse eller en företeelse från verkligheten utanför bloggen. Detta är viktigt eftersom känslan av äkthet och autenticitet är viktigt för bloggarnas läsare (Noppiari &

Hautakangas 2012:70–71). Alla bilder i det granskade materialet är fotografier och trots de nutida bildmanipuleringsmöjligheterna uppfattas bilder fortfarande som autentiska källor av information (Salo 2000:207). Om man accepterar att ett fotografi är autentiskt kan man i ljuset av Barthes denotationsteori se det som en pålitligare källa för information i jämförelse med skrift, eftersom bilden bygger på icke-kodad information och kan på grund av dess perceptionella natur uppfattas som den renaste möjliga framställningen av verkligheten²². Om bilderna i inläggen inte avbildar bloggskribenten eller en annan person som presenteras som en del av hennes verklighet illustrerar de verkliga kläder och andra produkter som mat, som har en tydlig referent i den fysiska världen. Det finns ett undantag som är den citerade bilden i det citerade inlägget i Den yngsta. Där avbildar bilden en kvinnas bara ben bakifrån så att en kort kjol är lyft upp ovanför skinkan och längs benen kan man se textmarkeringar som utgör en måttskala från ”matronly” till ”whore” för vad kvinnan vill meddela med olika fällängder. Denna bild är inte på samma sätt realistisk som materialets andra bilder utan måste uppfattas som en symbolisk bild. Eftersom den är citerad och tillhör ursprungligen en annan blogg med ett annat textmönster diskuterar jag den inte vidare här.

Bilder är i alla de granskade bloggarna oftast placerade genast under rubriken. Eftersom till bildernas natur hör att de ger ett omedelbart intryck, i motsats till skriven text som trots hypertextualiteten måste i detta avseende läsas mer eller mindre linjärt från början till slut, fungerar de också som *intresseväckare* i inläggen när de är placerade i början av inlägget där de genast är synliga för läsaren. Två drag överlappar därför i bilder som är placerade i inläggets början. Modebloggläsare uppskattar inspiration (Noppiari & Hautakangas 2012:22–23), vilket gör det intresseväckande draget relevant. I Topp-blogg finns det minst en bild i varje granskat inlägg och alla bilder är placerade genast under rubriken. I Den äldsta finns det likaså minst en bild per granskat inlägg och bild är det första elementet efter rubriken och publiceringstidpunkten i alla inlägg förutom ett, där skribenten har valt att dela det långa inlägget med hjälp av underrubriker så att inlägget inleds med skriften. Den yngsta är den enda blogg där ett inlägg helt utan bilder finns med bland de granskade. Annars är bilderna där placerade på samma dominerande sätt

22 Dock ska det nämnas här att ett fotografi alltid påverkar även den autentiska bild av verkligheten som den förmedlar till betraktaren genom sin avgränsning och sitt perspektiv (se även Koivisto 2011:73).

som i de ovan nämnda bloggarna med det undantag att det inlägg som är lånat från en annan blogg har bilden först i slutet efter brödtexten.

Samtidigt när bilderna förankrar inläggets innehåll i verkligheten och väcker läsarens intresse har de naturligtvis också en tredje huvudfunktion, som är att beskriva sådant som är svårt att beskriva i skrift. Bildens ikoniska natur gör att den lämpar sig bättre som uttrycksmodalitet för vissa betydelser medan arbiträra språkliga tecken fungerar bättre i förmedling av andra (Björkvall 2009:16). Här kommer det tydligt fram att textmönster i samband med multimodala texter hänger ihop med läsordningen. Bilden kan ingå i flera drag trots att den är visuellt placerad på ett visst ställe i texthelheten. Bilden går ju inte att dela på olika ställen i texten på samma sätt som man kan göra med ord. Istället kan läsaren återvända från brödtexten tillbaka till bilden för att hämta till exempel beskrivningen av den företeelse som behandlas i den skrivna texten. Textmönstret i modebloggtexter verkar därför innehålla ett drag som jag kallar för *beskrivning av företeelsens utseende*, men det har på grund av läsordningens påverkan inte en entydig placering i texthelheten och finns inte med i alla inlägg. Det kan förknippas först och främst med inlägg där temat hör till kategorierna kläder, accessoarer och utseende, bloggskribentens outfit eller matlagning. I inlägget som för den skrivna textens del finns i dess helhet i exempel 38 inleds inläggstexten efter rubriken med två bilder av bloggskribenten iförd ett vitt linne. Bilderna fungerar där som ett beskrivande element som kompletterar inläggets budskap om den nya klänningen som används som ett linne.

Ex. 38 PRAKTIK

[bilder]

Hej på er! Har haft praktisk idag, fixade iordning på salongen, så nu har jag en egen fin hörna där :D Sedan har jag kollat på dagens ph avsnitt, va ett av dom bättre avsnitten faktiskt :) Idag går jag klädd i en ny klänning som jag köpte på rean för någon dag sedan, hade dock inte tålamod att vänta till sommaren, så jag använde den som ett linne istället :D (Den yngsta)

På nästa plats i inläggets layoutmässiga struktur efter rubriken och bilderna kommer bildtexten. I Den yngsta finns inga bildtexter, men i Den äldsta används dem i sex inlägg, alltid för att hänvisa till ursprunget av de kläder och accessoarer som avbildas i bilderna. I Topp-blogg används bildtext i fyra inlägg i detta syfte och i ett inlägg i ett liknande syfte

för att hänvisa till ursprunget av de lånade modebilderna. Granskningen av tematiken i dessa två bloggar visar att alltid när ett inlägg handlar om mode är bildtextens funktion att berätta om de avbildade produkternas eller modeföreteelsernas ursprung. I de så kallade mode-inläggen finns det alltså ett drag som kan kallas *upplysning om produktens ursprung*. Att detta drag finns med i modebloggtexter erbjuder företag en möjlighet att få synlighet via modebloggar. Det professionella motivet att tjäna pengar med hjälp av bloggandet som kom fram i Noppari & Hautakangas undersökning (2012:22–23) har en koppling till detta drag.

Bildtexten används dock också för andra syften i Topp-blogg, men då hör inläggets tema antingen till matlagning eller till vardag och bildtextens funktion är inte unik i förhållande till textens andra element. Exempel på den här typen av bildtexter i Topp-blogg är ”God morgon! ♥” och ”Breakfast time ♥”. Det sistnämnda liknar för dess funktions del rubriken, medan den förstnämnda, som har som funktion att hälsa läsarna eller önska dem något, utgör ett drag som ofta kan hittas i brödtexten i alla de granskade bloggarna och som jag kallar för *hälsning*. Hälsningen förekommer som bildtext eller som den första meningen i brödtexten i fyra inlägg i Den yngsta, två i Den äldsta och tre i Topp-blogg. Skribenten i Den yngsta använder alltid samma fras i välkomsten i inläggets början (se exempel 39) medan det finns variation i de andra bloggarna där hälsningen kan till exempel se ut som i exempel 40 och 41.

Ex. 39 Hej på er! (Den yngsta)

Ex. 40 God morgon sötnosar och gott nytt år! (Den äldsta)

Ex. 41 Happy new year! ♥ (Topp-blogg)

Hälsningen är ett sätt att fånga läsarens uppmärksamhet och invitera till interaktion, eftersom den fungerar på samma sätt som en hälsning i vardagliga situationer där två parter möter varandra. Hälsningar används också när personer tar avsked efter interaktionen och de förekommer i denna funktion även i modebloggtexter. Jag kallar draget som de utgör för *avskedet*. När hälsningsfrasen används för att ta avsked är den placerad som inläggets sista mening. På denna plats förekommer den en gång i Den

yngsta, två gånger i Den äldsta och fyra gånger i Topp-blogg. I exempel 42 syns hur avskedet kommuniceras ofta på ett sätt som är bekant från brevväxling eller internetsamtal med tillhörande teckensymboler. I exempel 43 finns en annan typ av formulering av avsked som kunde lika väl tillhöra skriftlig som muntlig kommunikation.

Ex. 42 Puss på er ♥ (Topp-blogg)

Ex. 43 Ha en underbar start på det nya året raringar! (Den äldsta)

Ytterligare ett drag vars funktion anknyter till ömsesidig interaktion är *uppmuntran till deltagande* som förekommer i form av direkta frågor till läsarna med varierande frekvenser i alla av de granskade bloggarna (se exempel 44). I Den yngsta dyker detta drag upp bara en gång i ett inlägg som i sin helhet handlar om läsarnas identitet. I Topp-blogg finns det två förekomster av draget och i Den äldsta är detta drag med i sju av de granskade tio inläggen. Skillnaderna i dragets frekvenser kan hänga ihop med bloggarnas popularitet, eftersom skribenten av Topp-blogg kanske har så många automatiskt aktiva läsare att hon inte behöver uppmuntra dem att delta i interaktionen genom kommentarfältet. En undersökning där kommentarfältet inkluderas i materialet kunde möjligtvis belysa saken. Trots skillnaderna mellan bloggarna och det faktum att uppmuntran till deltagandet inte har en fast plats i textflödet är det klart ett drag med en egen funktion i textmönstret. Uppmanade språkhandlingar förekommer inte i andra funktioner i materialet.

Ex. 44 Detta inlägg skulle egentligen upp igårkväll men jag och Aleks fastnade framför the Walking dead. Har ni sett senaste säsongen? (Topp-blogg)

Även i materialet i Bordis studie om interaktionen i modebloggar (2011) utgör frågor och välkomnande hälsningar de kommunikativa handlingar som inviterar läsarna till interaktion.

Förutom de hittills behandlade dragen finns det sådan brödtext i inläggen som har som syfte att informera läsaren. Informationen kan handla om textjagets vardagsaktiviteter och sinnestillstånd eller tycke och smak vad det gäller olika produkter och företeelser. Jag anser att det är praktiskt att skilja mellan två olika drag, *vardagsbeskrivning* och *meningsförmedling*. Det går inte att urskilja en viss plats för dessa drag i inläggen men i bloggarnas helhet kan de olika inläggen utgående från deras tematik ses som tillhörande ett

visst drag. Inlägg eller delar av inlägg som tillhör temagruppen mode präglas av textjagets positiva synpunkter om de behandlade produkterna eller det framlagda utseendet och utgör draget meningsförmedling. Ett exempel på detta syns i exempel 45 där textjaget informerar läsaren om sina åsikter om skorna genom hela inlägget och i det använder verb som syftar på hennes eget omtycke och adjektiv vars betydelse är relativ. De inlägg eller avsnitt som kretsar kring vad textjaget har gjort, gör och planerar att göra utgör draget vardagsbeskrivning. Som exempel på detta finns ett inlägg där både dåtid, nutid och framtid finns med uttryckt både genom verb och genom tidsadverbial (se exempel 46).

Ex. 45 BUDGET VS LUXURY

[bild]

Nude boots- Forever21.com (347:-), light pink boots- Chloé/Forwardforward.com (6 130:-)

Jag har gått och kärat ner mig i de minst sagt magiska bootsen från Chloé men då de är "lite" väl dyra har jag hittat ett riktigt bra budgetalternativ från F21! De är som vanligt inte identiska men modellen och färgen påminner om originlet. Själv gillar jag båda två och trots att lyxvarianten är snäppet finare skulle jag absolut kunna tänka mig att köpa budgetskorna och bära dem till bara ben och söta spetsklänningar i vår! (Den äldsta)

Ex. 46 HOS LYDIA

[bild]

Hej på er! Igår kväll åkte jag hem till Johanna och spelade massa sällskapsspel med tjejerna! Idag rörde jag mig mot gymmet direkt när jag vaknade, sedan nu är jag hemma hos Lydia med henne o Karin. Evelina är även på g hem hit. Får se vad vi hittar på för kul, är helt slut efter träningspasset så det blir någon lugnt! (Den yngsta)

Det textelement som inte har blivit behandlat ännu är inläggets publiceringstidpunkt. Den fungerar som en *tidsförankring* för texten så att läsaren kan skapa sig ett tidsperspektiv på de händelser som utspelas i texten och bilda en uppfattning om deras realtid i förhållande till läsningstidpunkten. På grund av detta kan den ses som ett drag i textmönstret, men det finns skillnader mellan bloggar vad det gäller dragets placering i inlägghelheten. I Den yngsta är publiceringstidpunkt placerad överst på varje inlägg. I

Den äldsta ligger det strax under rubriken och i Topp-blogg nederst under inläggets andra element. Den gemensamma nämnaren för alla bloggar är att publiceringstidpunktens funktion är att vara tilläggsinformation, vilket syns i typografin och layouten så att detta element är skriven på ett relativt litet typsnitt, också med en blekare grå färg i de två sistnämnda bloggarna, och har alltid samma plats i inlägget. Detta gör det möjligt för en erfaren läsare att hoppa över informationen om den känns onödig.

Sett i ljuset av mitt material verkar modebloggtexterna dela ett gemensamt textmönster som realiserar i olika drag, men detta kräver att textmönstret, på samma sätt som texten (jfr kapitel 2), inte förstås som linjärt. Dragen förekommer oregelbundet i olika inlägg inom en blogg så att det varken finns en bestämd plats för dem i den dynamiska texthelheten eller i enstaka inlägg. Eftersom läsningen i nya medier inte följer färdiga strukturer (se Holsanova 2007:54) finns det skäl till att förstå även begreppet textmönster som dynamiskt.

Draget tidsförankring förekommer dock i alla modebloggar i varje inlägg och har en tydlig plats i inläggets struktur, även om placeringen varierar mellan bloggarna och beror på bloggmediet. De olika dragen bidrar till kommunikeringen av textsyftet som sett i samband med resultaten av den interpersonella och ideationella analysen i denna studie är detsamma för alla granskade bloggar: att framhäva jaget som presenteras som den autentiska bloggskribenten istället för ett fiktivare textjag samt att skapa positiv samhörighet och interaktion. Fokuset i mode och utseende verkar fungera mer som ett medel för jagets framställning än som ett syfte i sig.

7 Sammanfattning och slutdiskussion

Syftet i denna undersökning var att ta reda på om modebloggen kan ses som en genre och på vilka grunder. Analysen av modebloggtexterna i deras kontext visar att både en gemensam kontext och delade textkonventioner kan urskiljas i modebloggar trots några skillnader. Eftersom de delade textkonventionerna finns och bidrar till samma textsyfte i alla granskade modebloggar (se kapitel 6.4) och diskursgemenskapen förenas av den gemensamma sociokulturella verksamheten (se kapitel 5) får modebloggtexterna ett gemensamt kommunikativt mål och kännetecknen för en genre uppfylls (jfr definitionen för genre i kapitel 3.2).

Som en genre är modebloggen relativt ny och genretexternas tillgänglighet för alla är en grundläggande egenskap (se kapitel 5.1). Kulturkontextens globaliserings- samt offentlighetsaspekter syns i genren. Trots att bloggskribenterna tillhör olika mediagenerationer syns det öppna förhållandet till privatlivet i alla granskade modebloggar och offentliggörandet av privatlivet ligger som grund för modebloggenrens kommunikativa mål. Att den globala påverkan syns klarast i de äldre bloggarna i form av engelska översättningar kan tyda på att erfarna medlemmar i diskursgemenskapen möter antingen krav på eller behov för att bli del av en internationell diskursgemenskap. (Se kapitel 5.1.) Detta tyder på att modebloggenren inte är bunden till språket och det geografiska området, och även Noppari & Hautakangas (2012:109) observationer om den internationella bloggösfärens påverkan på modebloggtextaktiviteternas uppkomst i Finland pekar åt detta. (Se kapitel 5.1.) Dock borde komparativa undersökningar genomföras för att kunna verifiera slutsatsen.

Modebloggtexterna kommuniceras via ett medium som möjliggör multimodal kommunikation och intertextualitet genom hypertextualiteten samt påverkar även texthelhetens disposition som följer publiceringstider. Både multimodalitet och intertextualitet karakteriserar modebloggenren. Genretexterna präglas av förankringen i realtid, vilket hänger samman med deras väldigt dynamiska natur som orsakas av den täta publiceringstätheten. (Se kapitel 5.2.) Bloggmediets resurser för interaktion är grundläggande för modebloggenrens existens (se kapitel 5.2 samt jfr punkt 2 i Bhatias

definition för diskursgemenskap i kapitel 3.2). Genren använder sig av en relativt bred kod som visar genrens kontextuella förankring i datorförmedlad kommunikation och språkbruket på internet (se kapitel 5.2 och 6.1). En viss specialvokabulär används ändå, vilket förstärker uppfattningen om en enhetlig diskursgemenskap (jfr punkt 5 i Bhatias definition för diskursgemenskap i kapitel 3.2).

Verksamheten kring modebloggenren bygger på fenomenet sociala medier och interaktionens roll som verksamhetens syfte har sina rötter där (se kapitel 5.2.2). Genretexternas primära deltagarroller präglas av åtminstone till synes likvärdig relation mellan sändare och mottagare och verksamheten möjliggör att alla diskursgemenskapens medlemmar kan agera både som sändare och mottagare i genretextaktiviteter (se kapitel 5.2.3). I ljuset av tidigare forskning får verksamhetens syfte uttryck genom sociala handlingar som för sändarens del är att uttrycka hennes egen personlighet, att skapa sociala relationer, att underhålla och påverka läsare, att dela idéer och information samt att eventuellt tjäna pengar. Läsarnas primära handlingar i rollen som läsare och kommentatorer är att söka inspiration, idéer, och underhållning samt att skapa sociala relationer (se kapitel 5.2.2 samt Noppari & Hautakangas 2012). Modebloggenrens kommunikativa mål stöder verksamhetens syfte.

Det kommunikativa målet för modebloggenren är dels att framhäva bloggskribentens personlighet och dels att bilda gemenskap där sändaren och mottagarna har ett åtminstone på känslonivån nära och vänskapsliknande relation. Det förstnämnda syns i ordförrådet, tematiken och speciellt perspektivet, medan det sistnämnda först och främst kan tolkas genom analysen av genretexternas ram men också ordförrådet, och undantagsvis även tematiken. Tematiken i modebloggenren kretsar för det mesta kring vardag och mode som behandlas ur textjagets inifrån- och närperspektiv som kan uppfattas som författarperspektiv. Textjaget har alltså en direkt koppling till sändaren. Mode och utseende fungerar som uttrycksmedel för personligheten i modebloggenren (jfr Noppari & Hautakangas 2012:27). Tidsmässigt ligger genretexternas perspektiv i nuet. En nära relation till mottagarna som ett kollektiv skapas aktivt genom ordvalen i tilltal och omtal samt uppmuntran för interaktion. (Se kapitel 6.1–6.3.)

I det textmönster som förmedlar en genretexts textsyfte och hela genrens kommunikativa mål kan 11 drag urskiljas: ett inledande drag, verklighetsförankring, intresseväckare,

beskrivning av företeelsens utseende, upplysning om produktens ursprung, hälsning, avsked, uppmuntran till deltagande, vardagsbeskrivning, meningsförmedling och tidsförankring. Modebloggtexternas textmönster är dynamiskt (se kapitel 6.4) och som mönster är det också mer diffust än mönstret i mer traditionella och linjära texter som ursprungligen har varit forskningsobjekt i analyser genomförda med hjälp av den textanalysmetod eller den genreanalysarbetsprocessmodell som användes i denna undersökning (jfr Hellspång & Ledin 1997, Bhatia 1993).

Valet av analysmetoden för studien var ändå lyckat, eftersom Hellspång & Ledins (1997) verktyg för textanalys utgår från textens funktion och i genretexter är det fråga om just en viss funktion som texterna har för diskursgemenskapens verksamhet. Problematiskt var dock att det inte var möjligt inom ramen för denna undersökning att tillämpa den mångsidiga analysmodellens alla verktyg som skulle ha kunnat ge en mer detaljerad bild på modebloggenrens särdrag, till exempel vad det gäller semantiska val. Trots att Swales (1990) och Bhatias (1993, 2004) genre teorier har utvecklats främst för analysen av akademiska och facktexter kunde de genom ett vidgat förståelse av arbetsprocessens moment tillämpas i denna analys av mindre eller icke-institutionella texter. Resultaten av den här undersökningen har inte bekräftats med hjälp av en expert informant, en erfaren medlem av diskursgemenskapen, som Bhatia rekommenderar (se kapitel 4.3). Undersökningen får ändå validitet genom användningen av Noppari & Hautakangas (2012) och Lövheims (2011a) undersökningar om modebloggandet som referenslitteratur. Undersökningens resultat om modebloggenrens kommunikativa mål är i linje med Noppari & Hautakangas (2012) resultat om modebloggandets motiv, med andra ord verksamhetens syfte. För att undvika subjektiva tolkningar och skapa transparens för analysen har jag på samma sätt som Lassus (2010:38) beskrivit den kontext som den textuella analysen förankras i i kapitel 5.

Något som denna studie inte kan svara på är på vilken nivå modebloggen ligger i det hierarkiska genresystemet (se kapitel 3.3). Sett mot resultaten från Herring et al. (2004) samt Miller & Shepherd (2004) borde modebloggen uppfattas som en subgenre till bloggenren i allmänhet. Ledin menar däremot att det är förnuftigare att utgå från tanken att många olika genrer kan dyka upp på bloggar istället för att se bloggen som en genre i sig, eftersom det finns så mycket variation mellan bloggar i många avseenden (Ledin

2013:10). Jag är enig med Ledin och ser det mer meningsfullt att betrakta bloggen som ett medium för olika genrer. Modebloggenrens placering i genrehierarkin skulle kräva förutom modebloggenrens jämförelse med andra genrer också en mer omfattande bild av genrens särdrag än vad denna studie kan erbjuda. På grund av materialets begränsade omfattning kan resultaten från denna studie användas som en utgångspunkt för en mer omfattande genrenalys, men på basis av tre genretextexemplarer kan man inte göra generaliseringar om en på förhand okänd genre. Resultat från denna undersökning kunde fungera som en hypotes för vidare kartläggning av modebloggenren inom ramen för en större undersökning.

En annan aspekt som i ljuset av resultaten från denna studie skulle kräva uppmärksamhet i vidare studier är den interaktiva naturen av bloggkommunikation som ligger som grund för det kommunikativa målet att bilda gemenskap. För att kunna förstå variationen som uppstår i modebloggar till exempel i användningen av språkhandlingar som uppmuntrar läsarna att delta i kommunikationen skulle det löna sig att granska bloggarnas kommentarsfält i samband med genreanalysen. När det är fråga om en nära relation mellan sändare och mottagare med ömsesidiga möjligheter för interaktion, som det kom fram i denna undersökning, är det sannolikt att mottagarnas kommentarers påverkan syns i modebloggtexter. Det kan till om med finnas skäl till att utvidga modebloggenrens textdefinition att omfatta kommentarerna.

Källor

- Bakhtin, Michail, 1986: *Speech genres and other late essays*. Övers. Austin: University of Texas Press.
- Bakhtin, Michail, 1997: Frågan om talgenrer. Övers. I: Hættener Aurelius, Eva & Götselius, Thomas (red.). *Genreteori*. Lund: Studentlitteratur.
- Barthes, Roland, 1964: Bildens retorik. I: Aspelin, Kurt & Lundberg, Bengt A. (red.), 1976: *Tecken och tydning: till konsternas semiotik*. S. 114–130.
- Bellander, Therese, 2010: *Ungdomars dagliga interaktion: En språkvetenskaplig studie av sex gymnasieungdomars bruk av tal, skrift och interaktionsmedier*. Skrifter utgivna av institutionen för nordiska språk vid Uppsala universitet. 84. (28.4.2014). <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:359585/FULLTEXT01.pdf>
- Berge, Kjell Lars, 1999: Noen textvitenskapelige betraktninger omkring studiet av tekster, kulturer og ideologier i dansk-norsk 1700-tall. I: *ARR. Idéhistorisk tidskrift*. 4 (1999). S.72–79.
- Berge, Kjell Lars & Ledin, Per, 2001: *Perspektiv på genre*. *Rhetorica Scandinavica* nr. 18/Juni 2001. (26.2.2014). <http://www.retorikforlaget.se/component/attachments/download/7>
- Bhatia, Vijay K., 1993: *Analysing genre: Language use in professional settings*. London: Longman.
- Bhatia, Vijay K., 2004: *Worlds of written discourse: A genre-based view*. London: Continuum.
- Björkqvall, Anders, 2003: *Svensk reklam och dess modellärsare*. Stockholm: Stockholms universitet.

- Björkqvall, Anders, 2009: *Den visuella texten – multimodal analys i praktiken*.
Stockholm: Hallgren och Fallgren.
- Björkqvall, Anders & Engblom, Charlotte, 2007: Finns det nytta med nöje? Barns självvalda skärmbaserade textaktiviteter som resurs för lärande i skolan. I: Gunnarsson, Britt-Louise & Karlsson, Anna-Malin (red.) 2007: *Ett vidgat textbegrepp*. TeFa Nr 46 . Uppsala: Uppsala universitet. S. 94–102.
- Bloggportalen.se, 2012: (5.4.2012). <http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/Home>
- Bloggportalen.se, 2014a: (3.1.2014).
<http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/Home>
- Bloggportalen.se 2014b: <http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/About>
(31.3.2014).
- Bloggportalen.se, 2014c: (15.3.2014).
<http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/BlogDetails?id=15956>
- Bloggportalen.se 2014d: (31.3.2014).
<http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/BlogDetails?id=24085>
- Bloggportalen.se 2014e: (31.3.2014).
<http://www.bloggportalen.se/BlogPortal/view/BlogDetails?id=133489>
- Blood, Rebecca, 2004: How blogging software reshapes the online community. I: *Communications of the ACM*. December 2004/ Vol.47 nr 12. S.53 – 55.
(27.4.2014). <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1035134.1035165>
- Bordi, Laura, 2011: *Vuorovaikutus päiväkirjatyypissä muotiblogeissa*. Avhandling pro gradu. Tammerfors: Tammerfors universitet. (26.2.2014).
<http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-21342>
- Christiansen, Lina & Leverin, Sara 2008: *Bloggidentitet – bloggfenomenets betydelse för unga kvinnors identitet*. Kandidatuppsats, Högskolan i Halmstad, Sektionen för hälsa och samhälle. (10.11.2010). <http://hh.diva->

portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:239461

Findahl, Olle, 2010: *Svenskarna och Internet 2010*. En rapport från .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur. (26.10.2010).

http://www.iis.se/docs/SOI2010_web_v1.pdf

Findahl, Olle, 2011: *Svenskarna och Internet 2011*. En rapport från .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur. (10.2.2012). <https://www.iis.se/docs/SOI2011.pdf>

Findahl, Olle, 2012: *Svenskarna och Internet 2012*. En rapport från .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur. (22.1.2013). <https://www.iis.se/docs/SOI2012.pdf>

Findahl, Olle, 2013: *Svenskarna och Internet 2013*. En rapport från .SE – Stiftelsen för Internetinfrastruktur. (2.4.2014).

<http://www.internetstatistik.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2013/>.

Forstorp, Per-Anders, 2007: *Lärande och text: Multimodaliteten och utmaningarna mot den språkliga representationens hegemoni*. I: Gunnarsson, Britt-Louise & Karlsson, Anna-Malin (red.) 2007: *Ett vidgat textbegrepp*. TeFa Nr 46. Uppsala: Uppsala universitet. S. 82–93.

Halliday, M.A.K., 1985: *An introduction to functional grammar*. London: Edward Arnold.

Halliday, M.A.K. & Hasan, Ruqaiya, 1990 [1985]: *Language, context and text: aspects of language in a social-semiotic perspective*. Oxford: Oxford University Press.

Hellspång, Lennart & Ledin, Per, 1997: *Vägar genom texten – Handbok i brukstextanalys*. Studentlitteratur: Lund.

Herring, Susan C., Scheidt, Lois Ann, Bonus, Sabrina, & Wright, Elijah, 2004: *Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs*. In Proceedings of the Thirty-seventh Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-37). Los Alamitos, CA: IEEE Press. (20.10.2011).

http://indiana.academia.edu/LoisScheidt/Papers/169313/Bridging_the_gap_A_genre_analysis_of_weblogs

Hine, Christine, 2000: *Virtual ethnography*. (4.5.2014). DOI:

<http://dx.doi.org/10.4135/9780857020277>.

Hodge, Robert & Kress, Gunther, 1988: *Social semiotics*. Cambridge: Polity Press.

Holmberg, Per & Karlsson, Anna-Malin, 2006: *Grammatik med betydelse*. Uppsala: Hallgren & Fallgren.

Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin & Nord, Andreas, 2011: Funktionell grammatik och textanalys: Grammatiken i verkliga livet. I: Holmberg, Per, Karlsson, Anna-Malin, Nord, Andreas (red.), 2011: *Funktionell textanalys*. Norstedts. S.7–18.

Holsanova, Jana, 2007: Användarens interaktion med multimodala texter. I: Gunnarsson, Britt-Louise & Karlsson, Anna-Malin (red.), 2007: *Ett vidgat textbegrepp*. TeFa Nr 46 . Uppsala: Uppsala universitet. S. 41–58.

Hård af Segerstad, Ylva, 2002: *Use and adaptation of written language to the conditions of computer-mediated communication*. Göteborg: Göteborgs universitet. (28.4.2014).

http://www.academia.edu/2982087/Use_and_Adaptation_of_Written_Language_to_the_Conditions_of_Computer-Mediated_Communication#

Karlsson, Anna-Malin, 1999: *Svenska chattares hemsidor: I. Bruket*. TeFa nr 29, Stockholm: Stockholms universitet.

Karlsson, Anna-Malin, 2000: *Svenska chattares hemsidor: II. Textbegrepp och geneuppfattningar*. TeFa nr 31, Stockholm: Stockholms universitet.

Karlsson, Anna-Malin, 2001: *Svenska chattares hemsidor: III. Texter och skrift – Visuellt och språkligt*. TeFa nr 40, Stockholm: Stockholms universitet.

Karlsson, Anna-Malin, 2002: *Skriptbruk i förändring: En semiotisk studie av den*

personliga hemsidan. Stockholm: Stockholms universitet.

Karlsson, Anna-Malin, 2007: Multimodalitet, multisekventialitet, interaktion och situation: ”några sätt att tala om vidgade texter”. I: Gunnarsson, Britt-Louise & Karlsson, Anna-Malin (red.) 2007: *Ett vidgat textbegrepp*. TeFa Nr 46 . Uppsala: Uppsala universitet. S.20–26.

Kjellberg, Sara, 2009: Bloggar som gränssnitt mellan flera världar: en fallstudie av den svenska akademiska bloggösfären. I: *HUMAN IT 10.3(2009)*. S.46–88. Borås: Högskolan i Borås. (6.5.2011). http://etjanst.hb.se/bhs/ith/3-10/sk_sve.pdf

Koivisto, Johanna, 2011: *EU-artiklar som multimodala budskap: Text, bild och begriplighet i rapporteringen om EU-utvidgningen i finska och svenska morgontidningar år 2002 och 2004*. Tammerfors: Tammerfors universitet.

Kulmala, Marianne, 2011: *Electronic word-of-mouth in consumer fashion blogs. A netnographic study*. Avhandling pro gradu. Tammerfors: Tammerfors universitet. (27.4.2014). <http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-21537>

Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne & Tikka, Minttu, 2013: Tutkimusotteita verkosta. I: Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne & Tikka Minttu (red.), 2013: *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tammerfors: Vastapaino. S.9–33.

Lassus, Jannika, 2010: *Betydelser i barnfamiljsbrochyrer: Systemisk-funktionell analys av den tänkta läsaren och institutionen*. Helsingfors: Helsingfors universitet. (3.1.2014). <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/19627/betydel.pdf?sequence=2>

Ledin, Per, 1995: *Arbetarnes är denna tidning – textförändringar i den tidiga socialdemokratiska pressen*. Stockholm: Almqvist & Wiksell International.

Ledin, Per, 1997: ”Med det nyttiga skola vi söka att förena det angenäma...” - Text,

bild och språklig stil i veckopressens föregångare. Projektet: Svensk sakprosa nr 14. Lund: Institutionen för nordiska språk.

Ledin, Per, 1999: *Texter och textslag – en teoretisk diskussion*. Rapport nr 27 från projektet svensk sakprosa. Lund: Institutionen för nordiska språk, Lunds universitet.

Ledin, Per, 2001: *Genrebegreppet – en forskningsöversikt*. Rapport nr 2. Studentlitteratur. (2.4.2014).

http://www.uio.no/studier/emner/uv/ils/NDID4010/h06/undervisningsmateriale/Ledin_rapp02-3.pdf.

Ledin, Per, 2013: Den kulturella texten: format och genre. I: *Viden om læsning*. Nr 13 marts 2013. S. 6–18. (4.5.2014). http://www.videnomlaesning.dk/wp-content/uploads/Per_Ledin.pdf

Lövheim, Mia, 2011a: Personal and Popular – The case of Young Swedish Female Top-bloggers. I: *Nordicom Review 32: 1*. S.3-16.

Lövheim, Mia, 2011b: Young Womens' Blogs as Ethical Spaces. I: *Information, Communication & Society 14:3*. S. 338-354. (15.3.2014).

<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2010.542822>.

Matikainen, Janne, 2008: *Verkko kasvattajana – Mitä aikuisen tulisi tietää ja ajatella verkosta?* Helsingfors: Palmenia Helsinki University Press.

Matikainen, Janne, 2011: Yleisöjen sukupolvet – vastaanottajista tuottajiin?.I:

Matikainen, Janne (red.), 2011: *Muuttuvat mediat – haasteelliset sukupolvet*. Helsingfors: TAT.

Miller, Carolyn R. & Shepherd, Dawn, 2004: *Blogging as Social Action: A Genre Analysis of the Weblog*. (4.5.2014).

http://blog.lib.umn.edu/blogsphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html

- Modebloggar.com, 2014: (15.3.2014). <http://www.modebloggar.com/>
- Mortensen, Torill & Walker, Jill 2002: Blogging thoughts: personal publication as an online research tool. I: Morrison (red.): *Researching ICTs in Context*. S.249–279. (5.5.2014). <http://imweb.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching ICTs in context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf>
- Nelson, Theodor Holm, 1990: *Literary machines 90.1*. Sausalito: Mindful Press.
- Nikula, Kristina, 2004: Text, bild, samhälle: en projektskiss. I: Nikula, Kristina, Alanen, Kaisa & Lönnroth, Harry, 2004: *Text, bild, samhälle*. S.9–37. Tammerfors: Nordiska språk, Institutionen för språk- och översättningsvetenskap, Tammerfors universitet.
- Noppari, Elina & Hautakangas, Mikko, 2012: *Kovaa työtä olla minä: muotibloggaajat mediamarkkinoilla*. Tammerfors: Tampere University Press.
- Nöth, Winfried, 2003: Press Photos and their Captions. I: Lönnroth, Harry (red.), 2003: *Från Närpesdialekt till EU-svenska : festskrift till Kristina Nikula*. S.169–188. Tammerfors: Tampere University Press. (3.4.2014). <http://urn.fi/urn:isbn:951-44-5651-3>.
- Paasonen, Susanna, 2013: Ihmisiä, kuvia, tekstejä ja teknologioita. I: Laaksonen, Salla-Maaria, Matikainen, Janne, Tikka Minttu (red.), 2013: *Otteita verkosta: verkon ja sosiaalisen median tutkimusmenetelmät*. Tammerfors: Vastapaino. S.34–48.
- Pettersson, Anders, 2003: Traditional Genres, Communicational Genres, Classificatory Genres. I: Agrell, Beata & Nilsson, Ingela (eds.), *Genrer och genreproblem: teoretiska och historiska perspektiv*, 2003. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB. S.33–43.
- Pöllänen, Riikka, 2011: "Gesponserte Post". *Gesteuerte Mund-zu-Mundpropaganda in finnischen und deutschen Lifestyle-Modeblogs. Eine empirische Fallstudie*. Avhandling pro gradu. Tammerfors: Tammerfors universitet. (27.4.2014).

<http://urn.fi/urn:nbn:fi:uta-1-22071>

Salo, Merja, 2000: *Imageware: kuvajournalismi mediafuusiossa*. Jyväskylä: Taideteollisen korkeakoulun julkaisu 59B.

Skärlund, Sanna, 2010: *Nya medier, nya genrer? Dagboksbloggen ur ett genreperspektiv*. Magisteruppsats. Lund: Lunds universitet. (26.2.2014).
<http://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOid=1762769&fileOid=1762783>

Sveningsson, Malin, Lövheim, Mia & Bergquist, Magnus, 2003: *Att fånga Nätet – Kvalitativa metoder för Internetforskning*. Lund: Studentlitteratur.

Swales, John M., 1990: *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Todorov, Tzvetan, 1990: *Genres in Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.

10 mest läst, 2014: (9.3.2014). http://www.modebloggar.com/mest_last_bloggarna

Tabell 1 Datering, rubrik, antal ord¹ samt antal bilder² i de kvalitativt analyserade inläggen.

Topplogg				Des älska				Des älska			
datering	rubrik	ord	bilder	datering	rubrik	ord	bilder	datering	rubrik	ord	bilder
2014-01-01 @ 18:31:39	2014	70	1	2014-01-01 @ 10:24:30	HAPPY 2014	142	1	2 Januari 14 Klockan 14:26		131	4
2014-01-01 @ 20:21:10	NEW YEAR'S EVE	111	23	2014-01-01 @ 11:08:22	PINK BIKER JACKET	73	1	3 Januari 14 Klockan 16:37	HOS LYDIA	62	1
2014-01-02 @ 09:00:42	GOOD MORNING	77	2	2014-01-01 @ 14:40:08	ISABEL MARANT POUR H&M BIKER JEANS	118	2	4 Januari 14 Klockan 00:19	DAGENS	0	2
2014-01-02 @ 12:09:28	FITTING	69	4	2014-01-01 @ 18:15:23	HAPPY NEW YEAR OUTFIT	26	4	4 Januari 14 Klockan 14:35	THIS OR THAT	82	9
2014-01-02 @ 17:22:04	BABY BLUE	102	2	2014-01-01 @ 20:32:53	IT'S A BARGAIN - PARTY CLUTCHES	71	1	4 Januari 14 Klockan 15:01	VILKA ÄR NI???	89	0
2014-01-03 @ 08:38:14	YESTERDAY'S	97	6	2014-01-02 @ 06:24:26	HELLO THURSDAY	95	1	4 Januari 14 Klockan 17:12	DAGENS	77	2
2014-01-03 @ 14:00:52	MIDDAGSTIPS	150	1	2014-01-02 @ 10:10:52	WINTER WHITE WANTIES	85	1	5 Januari 14 Klockan 20:05	HUNGER GAMES	64	1
2014-01-03 @ 21:26:49	WOW!	69	6	2014-01-02 @ 12:34:09	FOLLOW UP ON MY 2013 LIST	681	8	7 Januari 14 Klockan 21:48	KLIPPT MIG	38	1
2014-01-04 @ 12:50:18	SATURDAY MORNING	119	2	2014-01-02 @ 16:08:47	OH, I WISH THIS COULD BE REAL	28	3	8 Januari 14 Klockan 18:56	PRAKTIK	68	2
2014-01-04 @ 18:55:06	PINK	43	6	2014-01-02 @ 21:14:00	BUDGET VS LUXURY	95	1	8 Januari 14 Klockan 23:07	OM! OMBYTTA ROLLER I EN VÄLDTÄKT - VAD HADE HAN PÅ SIG DÅ?	304	2

1 I antalet ord ingår det sammanlagda antalet ord i de granskade bröd- och bildtexterna utan brödtextens eventuella engelska översättning.

2 Fotocollage på vit bakgrund har räknats som en bild.