

# DEN UNGE MODEBLOGGERS SELVFREMSTILLING



DIGITALE MEDIEKULTUR / BDMK-F2010

CECILIA B. SAMSSON (290384-cbsa)

CAMILLA L. STAHLSCMIDT (040585-clst)

JEANETTE BOESEN (230586-jebo)

VITA THOMSEN (171286-vtho)

IT-universitetet // Gruppe 15

Online version: <http://www.vithom.dk/wp-content/blog.pdf>



# INDHOLDSFORTEGNELSE

<u>Indledning</u>	<u>3</u>
<u>Problemformulering</u>	<u>3</u>
<u>Teori</u>	<u>4</u>
<u>Metode</u>	<u>5</u>
<u>Undersøgelser</u>	<u>5</u>
<u>Observation af nicklas' blog</u>	<u>5</u>
<u>Interview med line Blomquist</u>	<u>7</u>
<u>Interview med Uffe Buchard i Go' morgen Danmark 11.03.2010</u>	<u>9</u>
<u>Litteraturliste</u>	<u>9</u>

## INDLEDNING

I løbet af de seneste år er det blevet meget populært at have sin egen modeblog. Modebloggere skriver bl.a. om modetendenser, deres egen tøjstil, inspiration og hvad deres næste køb bliver, men der er ingen regler, og alle kan være med og komme med personlige meninger og udtryk. Man behøver ikke have forbindelse til modebranchen for at have en modeblog.

Blandt de mange modebloggere er der konkurrence om at få mest omtale i medierne og på andre blogs, så det gælder om at skille sig ud. Nicklas Skovgaard er en af de modebloggere, der er kommet frem i medierne, og dette skyldes bl.a. hans unge alder. Som 14-årig startede han i 2008 [My-clothing-blog.blogspot.com](http://My-clothing-blog.blogspot.com), og i dag er han ansat som blogger for online tøjbazaren Trendsales.

Nogle modebloggere håber måske på at kunne skabe sig et netværk inden for modebranchen ved hjælp af deres blogs, og i nogle tilfælde får de også adgang til store modeshows. Vi finder det interessant at se på, hvordan man i modebranchen ser på bloggere som Nicklas, men samtidig undrer vi os også over, hvad der har gjort, at han har fået så meget opmærksomhed, og hvad der driver ham til at blogge.

Denne synopsis er et oplæg til en diskussion om modebloggere og selvfremtstilling på nettet. Med udgangspunkt i vores problemformulering, vil vi til den mundtlige præsentation fremlægge vores resultater sammen med pointer fra relevant teori.

## PROBLEMFORMULERING

Hvordan fremstiller Nicklas sig selv gennem blogging?

- Hvilke formål har Nicklas med sin blog?
- Hvordan opfattes Nicklas' blogging i modebranchen?

## TEORI

For at undersøge hvordan Nicklas fremstiller sig selv gennem bloggen, er det interessant at se på, hvilke karaktertræk der er ved at blogge. Medieforsker Joshua Meyrowitz arbejder med forskellige performances på, hvordan man optræder gennem mediet. Meyrowitz arbejder ud fra begreberne "Deep backstage", "Forefront" og "Middlestage". "Deep backstage" er forbeholdt, at man isolerer intim- og privatsfæren. "Forefront" hvor man fremstiller sin performance offentligt på et bevidst/ubevidst plan med dem man interagerer med. Imellem disse to ligger "Middlestage", hvor adfærden bliver påvirket både af det private og det offentlige performances (Meyrowitz, 1985).

I forbindelse med personlige hjemmesider (blogs) beskriver Cheung, hvordan disse kan benyttes til enten at fremstille sig selv eller udforske og søge efter identitet. Man kan fremstå, som man gerne vil, og modsat face-to-face-interaktion behøver man ikke reagere på feedback øjeblikkeligt. Der kan dog også opstå identitetsforvirring. For personer, som ofte misforstås i massemediet, kan personlige hjemmesider være en hjælp, og man kan nemmere finde folk med samme interesser online. Man har et potentielt større publikum på nettet (Cheung, 2002).

Ehn og Løfgren beskriver, hvordan identitetsdannelse præger hverdagen. Mennesker inddeles i grupper, kategorier og forskellige former for fællesskaber. Polariseringen os/dem har central betydning (Ehn, Løfgren 2001). Subkulturer af fællesinteresser opstår og mennesker identificer sig gennem smagspræferencer frem for eksempelvis lokalitet, klasse m.m.

Nardi har i artiklen "why we blog" fremhævet nogle forskellige fælles udtalelser om blogging, og hvorfor vi gør det, på baggrund af et forskningsbaseret interview af mænd og kvinder i alderen 16-60 år. Generelt er det sådan, at folk der blogger skriver om; personlige følelser/personlige erfaringer, nogen skriver meget professionelle blogs i forbindelse med erhvervslivet, og så er der dem som bruger det som community/forum, hvor det bygger på interessefællesskaber der udveksler ideer m.m.. Grundlæggende er det sådan at alle er bevidste om den måde de fremstår på. Derimod er man ofte mere tilbøjelig til at skrive, hvad man har lyst til, da man alligevel har en form for afstand til sine læsere. Det er forskelligt hvor ofte folk blogger, nogle flere gange om dagen, andre flere gange om måneden. Desuden mister bloggere ofte sine læsere, hvis de stopper med at poste i en tid. En blog skal vedligeholdes lige som alt muligt andet. Dog er blogging en god måde at håndtere personlige spørgsmål på. Mange bruger også blogging til at få afklaret spørgsmål og undring. Artiklen er fra 2004 og et forstadium for blogging som mainstream. (Nardi, 2004)

## METODE

Vi har undersøgt, hvordan Nicklas fremstiller sig selv på sin modeblog. Idet har vi valgt at tage udgangspunkt i en given periode, hvor vi har observeret hvert indlæg og hvilken respons, han modtager ved kommentarerne. Dette er gjort ved at opdele hans indlæg i bestemte kategorier og parametre for de kommentarer Nicklas modtager. Fremgangsmåden foregik ved at se på hvert indlæg for den givne periode i en systematisk rækkefølge. Hvert indlæg og kommentarer blev inddelt i kategorier og parametre.

Til at komplimentere analysen af indlæg og kommentarer på Nicklas' blog, har vi foretaget et interview med PR-ansvarlig Line Blomqvist fra Rützou. Det har vi gjort for at få en ekspert fra branchen til at fortælle om sit syn på modebloggere og delvis for at høre, hvad hun ser som hans rolle i modebranchen. Desuden havde vi kontakt til Nicklas Skovgaard for at interviewe ham, men da han ikke har vendt tilbage efter at have lavet en aftale, har vi fået svar på vores spørgsmål ved at se hans medvirken i Go'morgen Danmark på TV2.

## UNDERSØGELSER

### OBSERVATION AF NICKLAS' BLOG

På Nicklas' modeblog hos Trendsales er der oprettet 14 indlæg i perioden 13. april 2010 til 2. maj 2010, hvor der er blevet kommenteret 47 gange, altså 3,4 kommentarer pr. indlæg. I den periode er der 31 forskellige personer, der har kommenteret en enkelt gang, hvoraf fem personer har kommenteret to til tre gange. Ud af de 31 personer var der 23 kvinder, fire mænd og fire anonyme, og af 31 personer var 7 registrerede brugere af Trendsales.


<b>Kommentar</b>	Female	Male	Anonym	Registeret bruger	Gæst
Negativ feedback	1	1	0	1	1
Positiv feedback	25	3	3	6	22
Henvisning til egne blogs	11	1	0	2	10
Direkte indholdsrelateret	25	2	0	4	23
Dialog/spørgsmål	10	0	0	1	9
Ikke indholdsrelateret	5	1	2	1	5
Har set dig...	3	1	2	0	4
Kommentar til kommentar	2	0	0	0	2

Blogindlæggene er inddelt efter kategorier, og ud fra 14 indlæg har Nicklas postet seks gange om egne tøj køb, fire gange om dagens outfit, to gange om musik, en enkelt om herremode og et indlæg om noget privat.

### Indlæg

Emne	Antal
Egne tøj køb	6
Dagens outfit	4
Nicklas' tøjdesign	0
Herremode	1
Damemode	0
Musik	2
Privat information	1

Ofte var kommentarerne til indlægget positiv feedback til Nicklas, og ofte var de indholdsrelateret til indlægget. Eksempler på kommentarer på bloggen:



**Frida** 21-04-2010 21:07

Det er simpelthen så interessant at læse dine beskrivelser af de forskellige modeshows. Det skal du vide. Jeg inspireres hver gang af disse udsnit af kollektionerne. Personligt finder jeg også selv den med "ild i" ret spøgs og egentlig ret tidsløs.. :)

Ha en god dag!  
vh Frida


Der var kun to negative kommentarer i den periode og samtidig var kommentarerne ikke direkte indholdsrelateret. En af kommentarerne lød således:



**Nina** 04-05-2010 11:59

Ad, hvor er din næse grim 😞 lav evt operation

Udover disse kommentarer var der 12 kommentarer med henvisning til egen blog og 10 kommentarer fra folk, der gerne vil i dialog eller bare stille Nicklas et spørgsmål. Samtidig er der kommentarer, der er på ikke er baseret på indhold til indlæg, og der bliver hentydet til at de har set ham et eller andet sted.



**Astrid** 13-04-2010 18:16

Du har simpelthen den fedeste stil, og gjorde det vildt godt i Go Morgen Danmark. Man bliver helt misundelig på dine veninder der får lov til at låne det fede tøj;D Keep up the good work!

Her kommenterer personen bl.a. på, at Nicklas har været i Go' morgen Danmark på tv2.



Stine

Den jakke er så fed, og er rigtig fed til dig. Kan det passe at du var i h&m i går 28.04 i København?

29-04-2010 19:55

Link: [stinelibo.blogspot.com](http://stinelibo.blogspot.com)

Her bliver der kommenteret på indlægget og spurgt ind til, om Nicklas var i H&M på et givent tidspunkt og henviser til vedkommendes egen blog.

Desuden har vi observeret, at billeder bliver brugt på amatørniveau. Billederne ser ikke ud til at være behandlet, f.eks. undskylder Nicklas for kvaliteten på et af sine billeder og skriver; "Undskyld den virkelig dårlige kvalitet af billedet" lige nedenunder. Derudover ligner det, at han til tider bare benytter sit webkamera på computeren, hvilket virker ydmygt og impulsivt.

## YES I DO FELL LIKE CROCEDILE DUNDEE

20.04.2010



*(Undskyld den virkelig dårlige kvalitet af billedet)*

Idag har jeg haft min Christopher Kane for Topshop tee på, jeg havde helt glemt den. Men det var et glædeligt gensyn da jeg igår kom i tanke om den. Håber i kan se hele alligatoren foran, på billedet. Have fun.

## INTERVIEW MED LINE BLOMQVIST

Efterfølgende interviewede vi Line Blomqvist, PR-ansvarlig for det danske modebrand Rützou. Vi havde opstillet en række spørgsmål om modebloggere, deres bidrag til modeverdenen og om hendes kendskab til Nicklas Skovgaard.

Umiddelbart var Line ikke bekendt med Nicklas og hans blog, udover at han havde spurgt om invitation til Rützous modeshow under modeugen i vinteren 2010, derfor var det i forhold til modebloggere generelt, hun udtalte sig om.

Iblandt de vigtigste pointer nævnte Line, at hun fandt modeblogs uinteressante, men

hun pointerede at de havde en magt som man ikke kunne underminere. En af styrkerne ved blogs, kontra magasiner, er at de kan opdateres til hver en tid, og så er der som regel masser af indhold at finde. Desværre syntes Line, at de danske modebloggere har tendens til at hype de samme ting, herved mister de i hendes øjne. Personlighed og individuelle holdninger kan være måden at skille sig ud blandt mange, så omtalen i sig selv er det bærende element.

Line fortalte, at Rützou havde overvejet at annoncere på Anywhos blog, men droppede det, da de blev selvstændige. Desuden fortæller Line, at det kan være et problem, når produkter bliver overeksponeret på blogs, da de ofte ender med at miste værdi, og bloggen derved vil miste troværdighed. Både fordi disse blogs udnyttes til reklame og kommercielle formål, og fordi de mister personlighed.

Endvidere afslører det også, hvis bloggerne er i lommen på producenter, f.eks. hvis alle modebloggere pludselig poster de samme varer. På trods af den store konkurrence mellem bloggere og magasiner, mener Line dog, at magasinerne altid vil have mest magt.

I forhold til Nicklas Skovgaard udtaler Line, at han er anderledes, meget ung og virker usaglig. Hun synes, det store mediefokus på modebloggere underminerer den danske modebranche, og at der kunne fokuseres på noget andet, eksempelvis nye teknologier osv. Hun siger "Der er ikke nogen fra modebranchen, der synes det er vildt fedt, der er for mange bloggere. Jeg tror ikke, Nicklas vil skabe sig et navn, som vil gavne ham på sigt." Line tror, at Nicklas bliver mere anerkendt i sin egen kreds, end i modebranchen som sådan. Generelt er det en branche som kan ændre sig hurtigt, og det kan være det hele vil se anderledes ud om nogle år, slutter hun. Generelt har vi fået billedet af, at Line ser meget kritisk på modebloggere, hun er klar over de har magt i visse kredse, men som ekspert fra modebranchen giver hun udtryk for, at hun ikke nødvendigvis tror det åbner nogle døre for Nicklas.

## **INTERVIEW MED UFFE BUCHARD I GO'MORGEN DANMARK 11.03.2010**

Generelle kommentarer:

Interviewer: "Modeblogs er eksploderet på det sidste!"(..) Uffe: "Simpelthen og det kan sagtens være journalister - og guddommeligt hvis det er, da de har baggrunden i orden og skriver uden stavfejl. Men det, der er mere almindeligt er, da alle har en holdning til mode, at det er alt fra teenagere til almindelige gymnasieelever osv., som sætter sig ned og er selvbestændige modespecialister. Det er der som sådan heller ikke noget galt i, men kvaliteten kan godt halte, og så er det er en kæmpe jungle, man skal prøve at navigere rundt i, hvor nogle er bedre en end andre, men de er ved at blive en magtfaktor." Uffe føler sig ikke presset af modebloggerne, da han har hele sin modehistorie i orden og har journalistiske kompetencer. "Hvis man skal være en god formidler af mode, skal man kunne sætte det ind i en samfunds- og livsstilsmæssig sammenhæng, alstå ikke kun berette men også analysere, det er ikke alle, der kan det. "

Kommentarer til Nicklas blog:

Uffe: "Han er blevet fremhævet af pressen under modeugen i København, hvor han sad med til shows, men hvis man ser på, hvad han har fået ud af det, ud over en masse stavfejl – det kan man så gå ind og more sig over! Han har siddet med til alle shows, men har han kun blogget fra et eneste show, det er det han nået, så dovenskab er ret almindeligt på de her blogs.(..) Kvaliteten skal være i orden! Man kan sagtens have en holdning, om noget skal være gult eller lilla, eller om en skjorte skal være kort eller lang, og det er sjovt nok, men man kunne lige så godt gøre det på Facebook."

### **UDTALELSER FRA NICKLAS SKOVGAARD**

I Go' Morgen Danmark udtaler Nicklas, at det var et Chanel-modeshow, han så på nettet, som gjorde, at han begyndte at interessere sig for mode. I starten syntes han, at det var lidt pinligt at have denne interesse, så han fortalte det ikke til nogen. Siden hen har Nicklas fundet ud af, at han godt kan lide at skille sig ud fra mængden. Selvom nogen synes, han er mærkelig, vil han gerne vise sin personlighed, og hvem han er gennem sin blog og påklædning. Desuden fortæller Nicklas, at han bliver sammenlignet med The Stylerookie, Tavi, som er 13 år og kendt amerikansk modeblogger.

Nicklas siger, at han ikke synes, at alder har nogen stor betydning for at kunne udtrykke sin mening, og folk med en fem-årig uddannelse inden for branchen også bare skriver om deres meninger i forhold til mode.

## **LITTERATURLISTE**

Ehn, B. og Løfgre, O. (2001): "Identiter - i lag og alvor" i Kulturanalyser. Dansk oversættelse v. Anne Petersen, 2006. Århus: Klim. (pp.69-100)

Meyrowitz, J (1985): "Media, Situations and Behavior" i No Sence of Place. New York, Oxford University Press (pp. 35-51)

Cheung, C.(2002) : "Identity Construction and Self-presentation on Personal Homepages" I The Cybercultures reader, 2th Edition (red. Bell, D. og Kennedy B. M.). London, Routledge. (pp. 273-285)

Nardi, J. Schiano, Gumbrecht, Swartz (2004): "Why we blog" Communication of the ACM

## Oplæg til diskussion ved eksamen

### **Camilla Lützhøft Stahlschmidt:**

Med udgangspunkt i Cheungs "Identity Construction and Self-presentation on Personal Homepages" og Nardis "Why we blog" vil jeg diskutere forskellige formål med at blogge og sætte det i forbindelse med Nicklas Skovgaards modeblog.

### **Cecilia Birkmose Samsson:**

Vil på baggrund af Cheung og Meyrowitz's tekster diskutere hvordan Nicklas gennem de emner han vælger at offentliggøre på sin blog giver sig selv status som individ og herved skaber identitet.

### **Jeanette Boesen:**

Ud fra observationen af Nicklas' blog og Meyrowitz "No sense of place – The impact of electronic media on social behaviour", vil jeg tale om Nicklas' selvfremstilling som frontstage/middlestage. Desuden vil jeg supplere hans fremstilling på bloggen med hans baggrund for at blogge i forhold til Nardi's "Why we blog".

### **Vita Thomsen:**

Ser på hvordan Nicklas fremstiller sig selv gennem bloggen, er det interessant at se på hvilke "roller" Nicklas træder i. I den forbindelse inddrages Meyrowitz med hans teori om "Frontstage", "middle-stage" og "backstage".