

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 03.04.19

Dette dokumentets nettadresse (URL) er:

<https://www.litteraturogmedieleksikon.no/cm4all/uproc.php/0/blogg.pdf>

Blogg

(_sjanger, _digital) “Web-logg”, forkortet til “blogg”. En sjanger og et nettsted som oftest er en blanding av bl.a. journalistikk, dagbok, kommentarspalte, notissamling, oppslagstavle for nyheter, arkiv og personlig essay. Sjangeren har preg av å være en personlig, journalistisk sjanger. Bloggen består av korte tekster (poster).

“Blogs, remember, were once called “Web logs,” cultivated by early digital pioneers who kept a record of information they found online, quoting and annotating as they browsed.” (Steven Johnson i <http://www.wsj.com/articles/SB123980920727621353>; lesedato 17.04.15)

Den første bloggen oppstod i 1997, i 2005 var det ca. 20 millioner, og i 2012 antakelig 200 millioner (Porombka 2012 s. 88). “600 nye blogger per minutt. Ifølge en ny global undersøkelse dukker det opp 900 000 nye blogginnlegg i døgnet. [...] Gjennom reklameinntekter kan bloggere tjene til livsopphold og mer til. I Sverige skal for eksempel 17-årige Isabella Löwengrip ha tjent millioner på å blogge om mote, meninger og livet sitt.” (*Dagbladet* 3. oktober 2008 s. 54) Nesten hver tiende internettbruker i 2012 enten hadde en blogg eller skrev i en. Ifølge kommunikasjonsselskapet Universal McCann fantes det i 2009 omtrent 184 millioner blogger i verden.

“Nettdagbøker og hjemmesider er forløpere for det som fra en gang mot slutten av 90-tallet begynte å bli kalt weblogs. [...] publiseringsverktøy som Blogger (www.blogger.com) ble lansert i løpet av 1999. Disse verktøyene er gratis, og det er også lagringsplassen for sidene. Dermed ble terskelen for å bli sin egen nettredaktør nærmest fjernet, og teknisk sett kunne enhver publisere nyhetene like raskt som Nettavisen eller VG. I januar i år alene ble det med hjelp av Blogger opprettet over 40000 nye weblogs, ifølge Wired News. Materialet man kan finne spenner over de fleste tekstlige genrer og tematiske områder.” (*Morgenbladet* 15. – 21. mars 2002 s. 3)

En blogg er “en hyppigt opdateret hjemmeside, hvor daterede indføringer arrangeres med den sidste først [...] kendetegnet ved at have arkiv-, link- og feedback-funktioner indarbejdet i formatet og dermed også have emergens som et

distinkt genretræk” (Eriksson m.fl. 2006 s. 191). Emergens vil si at det fra forholdsvis enkle strukturer av elementer oppstår et komplekst samspill mellom elementene. Blogger inneholder permalinker. En permalink er en link “to a specific article in the archives of a blog, which will remain valid after the article is no longer listed on the blog’s front page (i.e. after it is archived)” (Eberhart 2006 s. 450).

Tekstene/postene står altså oppført i lister med omvendt kronologi: den ferskeste teksten står øverst og skyves nedover når nye tekster kommer til. De fleste blogger oppdateres ofte. Bloggerens kommentarer og refleksjoner kan stimulere reaksjoner hos leserne, og enhver leser kan skrive inn sine egne kommentarer i bloggen og dermed bidra til en diskusjon. Hver post/innførsel har sitt eget kommentarfelt til bruk for leserne. Det er ofte en krets av personer som leser hverandres blogger, et nettverk av blogglesere og -skrivere. Bloggen kan inneholde en bloggroll: ei liste med navn på og linker til andre bloggere.

Blogger viser oss tydelig “ordenes foreløpighet”, og bloggere flest føler et press til stadig å oppdatere (Porombka 2012 s. 91). Blogging “forholder seg derfor til skriving slik ekstremспорт gjør til friidrett: mer fristil, mer risiko, mindre regelbundet, mer levende” (Andrew Sullivan). J. Owyang og M. Toll “states the importance of ‘igniters’, a form of user who can, and often “by virtue of a single post, ignite a long chain of dialogue and conversation across multiple blogs”. By definition, these igniters fuel the debate through their contributions – be they supportive, contentious, thoughtful or ignorant.” (<http://www.participations.org/Volume%2010/Issue%202/13.pdf>; lesedato 11.06.15)

“Elin Sjørnsen sier det slik: “Blogging er ikke noen revolusjon for meg slik det ser ut som det er for mange andre venner av meg, det er bare en mer reflekterende hjemmeside”.” (*Morgenbladet* 15. – 21. mars 2002 s. 3)

Mange blogger fokuserer på ett tema og/eller retter seg til bestemte lesere. Det er vanlig at bloggskriveren (bloggeren) kommenterer stoff som hun/han har funnet på Internett og linker til stoffet som kommenteres. En blogg kan i tillegg til de nevnte sjangrene oppfattes som et personlig nett-magasin, et stadig oppdatert personlig album eller en kommentarspalte. Michael A. Banks ser likheter mellom bloggen som sjanger og noen ikke-digitale sjangrer og aktiviteter, nærmere bestemt “preachers on street corners, political discussions in cafés, rock concerts, riots, trade shows. [...] trade shows were just about the best analogy for blogging, because trade shows are about maintaining a presence as well as dialogues on specific subjects” (2008 s. xx). En blogg kan fungere som et kontaktledd der mennesker kan skape sosiale bånd og utvikle sin sosiale identitet (Rieffel 2010 s. 210).

“Blogging er en hobby som for mange handler om å by på en personlig verdensanskuelse. Den arter seg som detaljer og episoder, men fortolkes i

personlige, helhetlige verdensbilder.” (*Aftenposten* 6. august 2010 s. 11) Dette trekket minner om sjangerkjennetegn ved personlige essay. Bloggen er “i beste fall en konversasjon snarere enn en produksjon” (Andrew Sullivan sitert fra Porombka 2012 s. 93). Blogger kan inneholde små, personlige beretninger med subjektive synspunkter, “statements”, eller mer saklige/faglige anmerkninger og kommentarer.

“[H]alf of all blogs *are* primarily diaries, and can thus be seen as a continuation of a long tradition of selfrepresentational writing, and can also be connected to selfportraits in other media.” (Jill Walker Rettberg i <http://jilltxt.net/txt/Blogs--Literacy%20and-the-Collapse-of-Private-and-Public.pdf>; lesedato 20.10.14)

“Bloggenes enorme popularitet varsler en digitalisering av det litterære jeget. Dette fører til at erindringen blir mindre viktig når man konstruerer seg selv litterært, isteden blir selvframstillingen preget av design og visuelle innslag. Samtidig er skillet mellom privat og offentlig – som var viktig gjennom hele den moderne epoken – i ferd med å havarere.” (litteraturprofessor Arne Melberg i *Morgenbladet* 16. – 22. november 2007 s. 37)

Fordelene med blogging er ifølge Michael A. Banks at “blogging is dynamic and flexible, and at its core, blogging is a communications tool that encompasses all communication models: one-to-one, one-to-many, many-to-one, and many-to-many” (2008 s. xx). ”Blogs are an open network of Web sites that can function as a social network. [...] Bloggers create communities by linking to each other, by adding each other to their blogrolls and by commenting on each other’s sites.” (Walker Rettberg 2008 s. 68-69) Det viktigste som skiller en blogg fra en personlig hjemmeside eller annen nettside er at en blogg er lagd for å inngå i et foranderlig sosialt nettverk på Verdensveven, den såkalte bloggospfæren (Eberhart 2006 s. 447). Bloggospfæren er hele mengden av blogger og forbindelsene dem imellom.

Mange bloggere viser evne til å kombinere raske reflekser med langsomme refleksjoner. Bloggene inneholder ofte både eget stoff og funnet stoff. Og den energien som en funnet tekst gir bloggeren, skal pumpes videre til bloggens lesere (Porombka 2012 s. 92).

En nettring (“web ring”) av personlige hjemmesider kan oppfattes som en forløper for blogg-fenomenet.

I 2008 “Technorati shows there are more Japanese and Chinese language blogs than there are English language ones.” (Jill Walker Rettberg i <http://jilltxt.net/txt/Blogs--Literacy%20and-the-Collapse-of-Private-and-Public.pdf>; lesedato 20.10.14)

“Mark Bahnisch notes differences in political blogging in various countries, and proposes that some of the difference can be traced to the political systems. In the US there is a very polarised debate between two strong parties, and because elections are held at established times, campaigns last for years. This leads to a

polarised and lengthy debate. In Australia, on the other hand, elections are called by the prime minister and so the active campaign period only lasts for a few weeks. This affects the political blogosphere.” (Jill Walker Rettberg i <http://jilltxt.net/txt/Blogs--Literacy%20and-the-Collapse-of-Private-and-Public.pdf>; lesedato 28.11.14)

Det finnes mange blogg-undersjangrer, bl.a. disse (med mulig overlapping undersjangrene imellom):

- bleg: En blogg som brukes til å be om informasjon eller annen hjelp, eventuelt om penger. En person som driver en slik blogg kalles for en “blegger” (Eberhart 2006 s. 446).

- bliki: En kombinasjon av en blogg og en wiki, dvs. en blogg som kan redigeres av leserne eller av en gruppe personer som har fått tillatelse til det.

- dagbokblogg (“diary blog” eller “journal blog”): En dagboklignende blogg. Ifølge George M. Eberhart et al er slike blogger “by far the most common type of blog. Most have extremely small daily readerships (albeit sometimes very dependable)” (2006 s. 449).

- dyreblogg: F.eks. hadde isbjørnungen Knut i Berlins dyrehage egen blogg i 2007

- edublogg: En blogg som hovedsakelig dreier seg om utdanning, undervisning og lignende.

- fagblogg: F.eks. en blogg viet astronomi eller historie som fag.

- fanblogg

- festivalblogg: Skrevet i løpet av en festival

- firmablogg (eller business blogg, biz blogg eller b-blogg): Retter seg til kunder, forretningsforbindelser for (eller eventuelt ansatte i) en bedrift og som blir skrevet/drevet av folk i bedriften. “11,4 prosent eller 57 av de 500 største selskapene i USA har blogger.” (*Dagbladet* 21. april 2008 s. 32)

- forfatterblogg

Den svenske krimforfatteren Camilla Läckberg har sagt dette om sammenhengen mellom sine bøker og bloggen hun publiserer: “Jeg er ganske plaprete og er ikke veldig tilbakeholden overfor folk. Derfor ville det følte rart hvis jeg var en annen person når jeg gjorde intervjuer som nå, og når jeg blogger. [...] I Sverige har forfattere alltid vært så utilgjengelige. De har sittet i hvert sitt høye tårn. Bloggen min har 50 000 lesere innom hver uke, så ja, jeg tror den skal ha en stor del av æren

for at det går så bra med meg [bl.a. salget av krimbøkene hennes].” (*Dagbladet Magasinet* 1. mars 2008 s. 17)

- forskerblogg: En arbeidslogg for forskerprosjekter som pågår
- fotoblogg: Med bilder og fotografering som tema
- gruppeblogg: En blogg med mer enn én person som skriver regelmessig tekster til bloggen.
- hendelsesblogg (“event blog”): En blogg opprettet for en bestemt hendelse, “for example, Hurricane Katrina” (Eberhart 2006 s. 448), ofte med et kommersielt preg.
- jussblogg (“blawg”): En blogg som blir skrevet av en advokat eller som primært dreier seg om juss.
- krigsblogg (“war blog”): Ordet har flere betydninger, men den sentrale er en blogg som handler om krig, terrorisme, konflikten i Midt-Østen og lignende, f.eks. med rapportering fra en krigssone. “Although many of the former self-described warblogs are still publishing, the term is now largely unused.” (Eberhart 2006 s. 452)
- kunnskapsblogg (“pundit blog”): “A blog focused on news punditry” (Eberhart 2006 s. 451), dvs. kunnskapsrike og helst kloke kommentarer til og analyser av (“dissection of”) hendelser slik massemediene omtaler dem.
- matblogg
- metablogg (eventuelt kalt dugnadsblogg): En blogg om blogging og som hjelper andre til å komme i gang med blogging.
- moblogg: Dvs. mobilblogg, til å leses på mobil. “Moblog are usually photo journals rather than text-intensive (though this varies)” (Eberhart 2006 s. 450) “Vi vil gerne opfordre allt til at bidrage med kommentarer og billeder på udstillingens [“Fremtidens interaktive børnebibliotek”] moblog [...@...]. En moblog er ligesom webloggen et online medie, som alle kan gøre brug af. Mobloggen består først og fremmest af billeder, som man tager med sin mobil og uploader direkte til nettet fra mobilen. Det kan være billeder fra udstillingen, ting eller stemninger, der kunne være del af et fremtidigt børnebibliotek. Billeder fra seminaret og konferencen, der finder sted 2. og 4.-5. maj vil også blive sendt til mobloggen” (Mulvad et al 2006)
- MP3-blogg: En blogg med MP3-filer som kan lastes ned av brukerne.
- moteblogg (f.eks. *The Sartorialist*, en av verdens mest innflytelsesrike moteblogger på begynnelsen av 2000-tallet)

- politikerblogg

Den svenske politiker Carl Bildt er blant dem som “har forstått dette med nettsamtalen. Bildt har blogget siden 2005 og legger ut bilder på nettet fra politiske møter.” (*Dagbladet* 21. april 2008 s. 33)

- prosjektblogg: brukes i forbindelse med et avgrenset prosjekt innen en institusjon eller lignende

- sorgblogg: Erfaringer med og bearbeiding av sorg

- tegneserieblogg (“stripblog”): En blogg om og/eller med tegneserier, med publisering av tegneseriestriper og lignende.

- teknologiblogg (“tech blog”): En blogg som fokuserer på et teknologisk emne, f.eks. datateknologi (programvare, maskinvare, Internett etc.).

- treningsblogg: Om eget treningsprogram og gjennomføringen av det m.m.

Lange tekster finnes bl.a. i “såkalte *curator blogs*, som Maria Popovas Brain Pickings, hvor poster på oppunder tusen ord gir tematisk beslektede eksempler på intellektuelt interessante fenomener.” (*Klassekampens* bokmagasin 5. april 2014 s. 3)

Mange journalister har blogger som supplerer det de skriver i de trykte avisene (bloggene er godtatt av avisredaksjonene og papiravisene kan henvise til dem). Andre er svært private (eventuelt også kommersielle). Forfatteren Camilla Läckberg “må kjempe litt med min egen personlighet. Blant annet på sin populære blogg, “Deckarmamma”. Et viktig verktøy for merkevarebyggingen. Rundt 50 000 lesere er innom hver uke. Der finner de stort og smått om forfattervirksomhet og mammaliv, alt fra søte babybilder til romantiske snapshots av forfatteren på den hårete brystkassa til sin “polis”. En dag går det i politisk brennbare tema som deling av fødselspermisjon – hun er sterk tilhenger av tvungen todeling mellom mor og far – den andre dagen handler det om gifteringer og bryllupssko. - Jeg var enda mer privat på bloggen før. Men sladrepressen plukket stadig opp ting og forvret dem.” (*Dagbladets Magasinet* 27. november 2010 s. 54)

“Bloggen som medium kan potensielt nå ut til svært mange lesere. Det er ikke å overdrive om man tar utgangspunkt i at alle i Norge i dag har mulighet til å bruke en datamaskin og komme seg på internett. Søkemotorer som google, yahoo og kvasir gjør det svært enkelt å søke seg inn på sitt interessefelt, og gjør man et googlesøk på “bokanmeldelse Jo Nesbø” vil en allerede på første side bli linket videre til bokblogger som har skrevet omtaler av Nesbøs bøker. Blandingen av det private og det offentlige i bloggene er et annet svært interessant aspekt ved bloggene, i hvert fall rundt diskusjonen av litteratur og bøker. Bloggen i seg selv har et utgangspunkt som et privat og personlig medium, hvor bloggeren skriver

som privatperson. Til nå har diskusjoner rundt litteratur enten foregått i det offentlige rom, hvor tendensen har vært en tiltagende profesjonalisering av deltagerne, eller privat, som for eksempel i lesesirkler. Bloggen forener disse to elementene og gir oss en ny kanal for diskusjon og litteraturformidling.” (Linn-Karen Lyngbø i https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37940/Master_Lyngb.pdf; lesedato 05.07.16)

“Spesialister med doktorgrad får noen lusne tusenlapper for en kritisk bokanmeldelse, mens en blogger får 30 000-50 000 for å skryte. [...] Forlaget Bastion betaler flere toppbloggere for gode omtaler av deres bøker. Norges største forlag, Cappelen Damm, forteller at de også har begynt med det samme. Toppblogger Vanessa Rudjord er befriende åpen om “honorarnivået”, hun tar mellom 30 000 og 50 000 for et sponset innlegg på sin blogg. Dermed forteller hun sine lesere at Santa Montefiores siste bok, “Birøktens datter”, “(...) minnet meg på hvor fantastisk deilig det er å lese bøker”. [...] [Forlaget Cappelen Damm] skulle gjerne valgt en omtale i VG, dersom de kunne velge mellom dem og å betale en blogger for å skrive et reklameinnlegg – “men når redaksjonene nedskalerer kulturstoffet og anmelderiet, så må vi teste ut andre steder å synliggjøre bøker”. Alle peker på den samme negative spiralen, og hjelper den videre nedover.” (Geir Ramnefjell i *Dagbladet* 19. november 2015 s. 2)

“Sosiale medier blir av mange oppfattet som irrelevant skravling, men det er fullt mulig å skape litteratur på Twitter, i blogger osv. Noen blogger er ren skjønnlitteratur, såkalt blog fiction.” (*Bibliotekforum* nr. 7 i 2010 s. 7)

Blogger kan i høy grad fremme demokrati og ytringsfrihet, også for grupper som ellers ikke kommer til orde. “Amanda Baggs, en av nevromangfoldsbevegelsens amerikanske ideologer, ble diagnostisert som lavt fungerende autist og psykisk utviklingshemmet. Hun har bodd i institusjon hele sitt liv og er non-verbal. Ved hjelp av elektronisk kommunikasjon er hun nå blitt en av bevegelsens viktigste talspersoner. Hun benekter ikke at hun teknisk sett er litt treg, men selv om hun ikke kan snakke, er bloggpostene hennes helt fantastiske.” (*Morgenbladet* 14. – 20. november 2014 s. 11) “Amanda Baggs is an autistic woman who writes brilliantly, doesn’t use speech as her primary mode of communication and also lives with a variety of conditions, one of which has become quite serious in terms of being life-threatening. [...] Amanda also posted her own account of her hospital stay last night.” (<http://www.notdeadyet.org/2013/04/autistic-writerbloggeractivist-amanda-baggs-facing-life-threatening-discrimination-in-vermont-hospital.html>; lesedato 17.12.14)

Sensommeren 2009 fantes det en egen blogg for fans av Jo Nesbøs krimetterforsker Harry Hole. Bloggen hadde adressen savnetharryhole.com. Der kunne lesere følge med “på en rebus og involvert seg i en tidvis grotesk Harry Hole-fortelling – riktig nok en annen historie enn den i boka [*Panserhjerte* av Nesbø, utgitt samme høst]” (*Dagbladet* 23. september 2009 s. 43). Den tyske forfatteren Sven Regener skriver

blogger som er “fortsettelse av hans romaner med andre midler i andre medier med andre figurer” (Porombka 2012 s. 100). Omvendt kan hans romaner oppfattes som fortsettelser av hans bloggskrivning.

Tegneserieskaperen Jason (kunstnernavn for John Arne Sæterøy) ga i 2013 ut *POP!*, en tegneseriebok som kan oppfattes som “en videreføring av bloggen catswithoutdogs.blogspot.no, der Jason skriver om filmer og bøker. Enkelte av illustrasjonene i boken har vært publisert her.” (*Morgenbladet* 13. – 19. september 2013 s. 50)

“Deichmanske biblioteks lesesirkelblogg startet 1. november 2009, og er et alternativ til den vanlige lesesirkelen i biblioteket. Her leser og diskuterer vi en bok hver måned. Vi publiserer også små forfatter-intervjuer, og har sitatkonkurranse med bokpremie hver torsdag klokken 1100. Alt foregår på bloggen lesesirkel.wordpress.com. Hvis du vil bli lagt til som bruker på bloggen, kan du sende en mail til litteratur@deichman.no” (fra e-postlista biblioteknorge@nb.no 18.03.10)

“[D]et blir virkelig interessant når fagfolk, professorer og journalister begynner å blogge. Her er kunnskapsminister Bård Vegard Solhjell dyktig. Han er både på twitter og blogg for å få innspill i saker og til taler. På den måten bidrar han til å senke terskelen for hvem som kan delta i offentlig dialog.” (*Morgenbladet* 10. – 16. juli 2009 s. 25)

Blogger brukes til å uttrykke personlig identitet: “Notably, blog authors, journalists and scholars alike exaggerate the extent to which blogs are interlinked, interactive, and oriented towards external events, and underestimate the importance of blogs as individualistic, intimate forms of self-expression.” (Herring, Scheidt, Wright og Bonus 2005 s. 142) “Skaper vi, med alle bloggene som finnes, nye versjoner av oss selv? [...] “Lonelygirl15” (bildet) var utrolig ensom og fikk mange nettvener som trøstet henne. Så ble hun avslørt som skuespiller med en hel stab rundt seg – og mange ble skuffet.” (*Aftenposten* 23. februar 2007 s. 5)

“Jentenes dominans over bloggmediet representerer noe helt nytt og unikt, mener Mia Løvheim, sosiolog fra Institutt for medier og kommunikasjon ved Universitetet i Oslo, som er intervjuet av forskningsnettstedet Kilden. Tidligere har unge kvinners refleksjoner rundt sitt liv og identitet vært henvist til dagbøkene. [...] Rosabloggerne er inspirasjon, identitet og norm for jenter: Fine jenter skal ha langt hår og elske shopping. Jenter skal ha selvtillit, men ikke ta seg til rette. Kjønnssrollemønsteret er tradisjonelt, og moralen ofte dobbel. Det viktigst er å ha det gøy med venner – på fest eller shopping.” (*Dagbladet* 3. mai 2010 s. 2)

“I et gammelt trehus i Hønefoss sitter en 9.-klassing på en rosa kontorstol og poster dagens siste innlegg. Det er 5. november og et drøyt halvår siden bloggen Voe dukket opp på nettsamfunnet blogg.no. I høst har den tronet på førsteplass på listen

over deres mest leste blogger, med hele 60 000 unike brukere hver dag. Det betyr at 14-åringen Emilie Nereng har flere lesere enn mange norske region- og nettaviser. Det er det ikke bare tenåringer og en rekke medier som har oppdaget. Også næringslivet vil ha en jafs av Norges nye bloggprinsesse. [...] Om det er helg eller ferie forteller hun om bursdagshilsener, farsdagsgaver, gymtimer, drømmer, selvtillit, klær, hår og sminke. "Outfittene" fotograferer hun ute eller på badet. Der filmes videosnuttene hun legger ut også, for der er det best lys. Minst tre timer daglig går med til den nye hobbyen. [...] I stuen til Linda og Erling Nereng står det laptop overalt, og de bruker flere timer hver ettermiddag på å hjelpe datteren med å gå igjennom e-posten hennes. Skjerme henne for kjipe tilbakemeldinger. Følge med på at ingen skumle menn tar kontakt. Hjelp henne å finne ut hva hun skal svare jenter som sliter med dårlig selvtillit eller venninnekonflikter. Men nybakt "manager" Erling Nereng sender også ut konkurransepremier og inngår kontrakter med annonsører og firmaer som ukentlig sender datteren produkter i posten. Produkter de håper hun vil skrive pent om på bloggen sin. [...] At Voe skriver at vår dress er verdens deiligste plagg, gir mye større troverdighet enn annen reklame, sier Thomas Adams" (*A-magasinet* 20. november 2009 s. 8).

"If Jessica Cutler had decided to write about trees in the Siberian subarctic instead of her sexual escapades, her blog would not have been shared as much and it would definitely not reach the popularity it did. This, of course, does not mean that people are interested only in other people's lives; yet the "contagious" aspect of the piece of information seems to grow proportionally with the level of disclosure. [...] the public self has a reputation of being less genuine than the private self [...]. In other words, the fact that people do not reveal everything about themselves is often interpreted as artificiality. This claim makes those who feel comfortable with sharing everything from their lives more popular, since they are seen as "the real thing". And if the information happens to be of the kind Jessica decided to share, the number of views would increase even more rapidly. [...] the level of tolerance in the society will raise if people shared more. They claim that if we are able to read everything about everybody, we will realize that everybody has done embarrassing things, which will lead to a more tolerant society (Kirkpatrick 211)." (<https://newmediagenres.org/2013/03/29/response-what-is-sticky-enough-blogging-and-privacy-revision/>; lesedato 07.12.16)

"Anita ble hardt skadet i ulykke. Ble ikke trodd av Nav fordi hun blogget om et aktivt liv. Anita Dahl-Wiger fra Trondheim er 50 prosent ufør. Da hun blogget om bryllup, barn og trening, nektet Nav henne ytelse som ung ufør." (<http://adresa.aldano.no/>; lesedato 04.10.16) "Det er ikke bare NAV som bruker "kikkermetoder" [...]. Også flere forsikringsselskaper driver etterforskning, herunder søk på sosiale medier, for å finne noe de kan bruke mot skadelidte. Men ikke minst unge personer har lett for å fremstille et glansbilde av seg selv når de skriver på Facebook. Det er naturlig å ville fremstå som vellykket. Derfor skriver man gjerne om at man gleder seg til bryllup, at man har vært flink å gjøre rent i huset, laget middag til kjæresten osv. Det man ikke skriver, er hvilke smerter man lever med og hva det koster å

forsøke å utføre normale arbeidsoppgaver i hjemmet. Vi hadde en sak der forsikringsselskapet brukte slike opplysninger fra Facebook for å så tvil om skadelidtes funksjonsnivå.” (advokat Sven Knagenhjelm i <https://www.advokatforum.no/blogg/vaer-forsiktig-blogging-nar-personskade/>; lesedato 27.10.16)

“Internett i selviscenesettelsens tid er et sted der fasader dyrkes, og (særlig) kvinner kringkaster kalkulert perfeksjon utøvd gjennom cupcakes og regisserte motebilder tatt med selvutløser. Men den selvutleverende delen av internett rommer også bloggere hvis filter er alt annet enn rosa. Digitale dagbøker om angst, spiseforstyrrelser, depresjon, schizofreni og selvmordstanker blomstrer på nettet – til og med storavisen The New York Times har startet egen angstblogg der bidragsyterne skriver sine personlige beretninger om alt fra tvangstanker til lammende panikkangstanfall. Overraskende mange av de ofte svært unge norske bloggerne som skriver om psykiske lidelser, gjør det under fullt navn. De tilhører en generasjon som lever sine liv åpent på nettet, der autenticitet dyrkes side om side med perfeksjon. Denne høsten tar to av dem skrittet ut av bloggospfæren, og forteller om depresjon og spiseforstyrrelser i bokform. Linnéa Myhre (22), som debutterer med *Evig søndag*, er den mest kjente av dem. Hun har rukket å bli kåret til Norges beste blogger for den sarkastiske og notorisk negative bloggen “Alt du vet er feil”.” (Maren Næss Olsen i *Morgenbladet* 24. – 30. august 2012 s. 6)

“Spiseforstyrrelser handler om å ta kontroll over maten, ofte i mangel av opplevd kontroll over sitt eget liv. Dermed blir en personlig blogg et skjørt prosjekt – et sted der man har full kontroll over egen selvframstilling, men svært liten kontroll over responsen på den. Nettets umiddelbarhet kan bygge opp og rive ned i samme sekund. [...] Det nye nå er at historiene ikke lenger er private – de personlige beretningene om sammenbrudd og spisevegring er overalt på nett, forfattet av bloggere som ofte beskriver skrivingen som terapi. Der den gamle dagboken gjerne var utstyrt med lås, er selve formålet med den nye at noen skal lese den. [...] Nå som den personlige dagboken har flyttet ut i offentligheten, blir de ærlige bekjennelsene så mange at ensomheten som omgir psykiske lidelser glipper taket. Bloggere og lesere finner frem til hverandre, og deler erfaringer. Men bloggernes rystende personlige historier mister også noe av sin individuelle kraft, fordi det er så mange av dem. For at en skal bli sett som psykisk syk på nett, må skildringen ens ikke bare oppleves som sann, men fengende.” (Maren Næss Olsen i *Morgenbladet* 24. – 30. august 2012 s. 6)

Bloggen Style Rookie har “En million lesere: Faren til 13-årige Tavi Gevinson fra Chicago visste ikke at datteren blogget før hun spurte om det var ok at The New York Times intervjuet henne. [...] Ida Wulff (19) Holdt på i tre år. Har uttalt at bloggen hennes “fungerer som en dagbok, med en salig blanding av hjernedøde tanker, daglige opplevelser og kommersielle interesser”. Jobber nå for Nettavisen. [...] Ulrikke Lund (20) Opptatt av hverdagsglamour og blogger om mote, shopping og livet. Selger sine brukte klær til høystbydende i budrunder.” (*A-magasinet* 20. november 2009 s. 10 og 14)

“If Jessica Cutler had decided to write about trees in the Siberian subarctic instead of her sexual escapades, her blog would not have been shared as much and it would definitely not reach the popularity it did. This, of course, does not mean that people are interested only in other people’s lives; yet the “contagious” aspect of the piece of information seems to grow proportionally with the level of disclosure. [...] the public self has a reputation of being less genuine than the private self (68). In other words, the fact that people do not reveal everything about themselves is often interpreted as artificiality. This claim makes those who feel comfortable with sharing everything from their lives more popular, since they are seen as “the real thing”. [...] if we are able to read everything about everybody, we will realize that everybody has done embarrassing things, which will lead to a more tolerant society” (<https://newmediagenres.org/2013/03/29/response-what-is-sticky-enough-blogging-and-privacy-revision/>; lesedato 07.12.16).

“En av landets største bloggere, Sophie Elise Isachsen fra Harstad, er aktuell med boka “Forbilde”. [...] 21 år gamle Sophie Elise Isachsen har de siste årene blitt et stort navn – og en betydelig samfunnsdebattant. I den selvbiografiske boka “Forbilde” [2016], som utgis på Cappelen Damm forlag, viser hun en mye mer personlig side enn hun gjør i bloggen sin. “Forbilde” er, ifølge forlaget, en bok om å finne sin egen identitet, om å leve med usikkerhet og komplekser, og hva slags ansvar man som forbilde har for de valgene man tar i eget liv. - På bloggen er jeg åpen og ærlig om meningene mine, men privatlivet holder jeg for meg selv. I boka skriver jeg for første gang om andre mennesker og nære relasjoner. Det eneste som var utfordrende var at jeg i bloggen skriver i nåtid, mens jeg i boka måtte hente fram følelser jeg hadde da jeg var yngre. [...] Harstad-kvinnen ble kåret til Årets blogger under Vixen Blog Awards, og har det som er Norges mest leste blogg.” (https://www.nrk.no/troms/sophie-elise_-_boka-er-mer-personlig-enn-bloggen-1.13187776; lesedato 25.10.16)

“- Vi ser en større kynisme og organisering fra næringslivet enn tidligere. Mange bloggere blir lurt, og leserne deres blir villedet, mener seksjonssjef [hos Forbrukerombudet] Bente Øverli, som er bekymret fordi underholdning og markedsføring stadig oftere blandes sammen. [...] Markedsføringsloven sier at reklame skal fremstå som reklame, og ikke skjult markedsføring. Det betyr i ytterste konsekvens at bloggere som driver villedende eller uriktig markedsføring, kan bli stilt ansvarlig for det.” (*A-magasinet* 20. november 2009 s. 10)

“Internett har vist seg effektivt til å avsløre litterære bedrag, men også velegnet til å bedra. Falske blogger dukker opp stadig vekk, som den populære siden “Seriously, so Blessed”, som gir seg ut for å være en seriøs, kollektiv familieblogg om store og små hverdagstrivialiteter. Den er egentlig skrevet av en 25 år gammel mormoner fra Utah og er ment som satire og parodi.” (*Dagbladet* 1. mai 2010 s. 60)

Bloggen “A Gay Girl in Damascus” fra 2011 av Amina Arraf dreide seg om “en ung syrisk kvinne som aktivt protesterte mot den syriske regjeringen, som deltok i demonstrasjoner, og som var forfulgt og etter hvert ble fengslet. Amina Arraf fikk bred internasjonal støtte, og over 14 000 Facebook-brukere støttet kampanjen for å “friggi Amina Arraf, en frittalende lesbisk blogger, fra et syrisk fengsel”. For vestlige nyhetsredaksjoner var bloggen til Amina en gavepakke. I en autoritær stat som Syria, der det er svært vanskelig å få pålitelig informasjon og troverdige kilder, ga bloggen mulighet til å dekke utviklingen i Syria fra perspektivet til en førstehåndskilde som ikke ville sluppet gjennom offisielle informasjonskanaler. Respekterte nyhetsredaksjoner, inkludert britiske BBC og en rekke norske nyhetsmedier, brukte derfor bloggen som kilde. Time Magazine hyllet bloggen for å formidle “en ærlig og reflektert stemme fra revolusjonen i et land som forbyr homoseksualitet”. Amina-bloggen ble et symbol på “Twitter-revolusjonen” og på måten enkeltpersoner kan trosse kommunikasjonskontroll i et totalitært regime på ved hjelp av sosiale medier. Gavepakken var imidlertid for god til å være sann. Da avsløringen kom om at bloggen var falsk, hadde “Aminagate” vært dekket av etablerte medier i nesten en uke. Noen fant imidlertid ut at bildene på bloggen var hentet fra Facebook-profilen til en tilfeldig jente bosatt i London, og da mistanken om at den syriske bloggen kanskje var falsk, begynte å bli diskutert i sosiale medier, startet jakten på sannheten om Amina Arraf. Samarbeidet mellom vanlige brukere og journalister resulterte i avsløringen av den amerikanske 40-åringen Tom MacMaster. Hovedmotivet hans for å skrive bloggen var å sette søkelyset på den politiske situasjonen i Midtøsten. Etter sterkt press og konfrontasjon med fellende bevis skrev han en beklagelse på bloggen, der han hevdet at selv om fortellerstemmen var fiktiv, var faktagrunnlaget autentisk og ga en god beskrivelse av situasjonen i Syria.” (Gunn Enli i *Prosa* nr. 5 i 2011 s. 65)

“Den arabiske våren hadde aldri slått ut i full blomst uten den intense nettaktiviteten. Ikke minst var bloggerne viktige i det som gjerne kalles borgerjournalistikk.” (*Morgenbladet* 9. – 15. februar 2018 s. 46)

“Man må holde på *virkelighetseffekten* – og leke med den. Slik for eksempel Mesh Flinders har gjort det med kvasi-nettstedet LonelyGirl15. Det er en videoblogg som fortsatt trekker til seg hundretusener av brukere lenge etter at det ble avdekket at “den ensomme” bloggeren er iscenesatt. Selv da nettbrukerne innså at den ensomme jenta på videobloggen var en rollefigur, ønsket de å tro på historien hennes.” (*Morgenbladet* 11. – 17. mai 2007 s. 24)

“Oslo t-banedrift har opprettet egen twitterkonto med kundene for å kunne si ifra om forsinkelser og stopp på t-banen. [...] T-banen bruker også blogg som hjelpemiddel i overvåking av trafikken. - Bloggen har erstattet gule lapper som de ansatte tidligere brukte til å gi beskjeder til hverandre. I hektiske perioder var det lett at lapper ble borte. Dette er et langt sikrere system, sier [kommunikasjonssjef Bjørn] Rydmark.” (*Dagbladet* 15. februar 2010 s. 22)

“Naturlig nok er flere av årets nyord hentet fra nettet og sosiale medier. Det gjelder også ordet på tredje plass på lista – gråblogg. [...] For noen år siden hadde vi rosablogg på lista over nyord. Nå har vi valgt gråblogg, som tar for seg livets grå og kjedelige sider” (<http://www.aftenposten.no/nyheter/iriks/Saktegaende-TV-program-fodte-arets-ord-7407773.html>; lesedato 19.12.13).

En aggregator er programvare som brukes “to check a large number of news sources or blogs on a daily basis. Aggregators regularly check selected RSS feeds for new content and display a list of results, usually listing the most recently updated first, allowing bloggers to quickly catch up on the latest news and comment from around the web” (Eberhart 2006 s. 445).

Scott Rosenbergs bok *Say Everything: How Blogging Began, What It's Becoming, And Why It Matters* (2010) er “det nærmeste vi kommer en internasjonal blogghistorie. Hvem var den første som skrev om kjønnssykdommene sine så alle kunne lese? Hvem var den første som mistet jobben på grunn av et blogginnlegg? Hvordan var blogging før bloggverktøyene var tilgjengelige for alle? Rosenberg nærleser og utforsker en del ikoniske, engelskspråklige blogger på en morsom og lettfattelig måte. Boka befinner seg i skjæringspunktet mellom medievitenskap og litteraturhistorie, og gir et innblikk i framveksten av blogging som medium og sjanger.” (*Klassekampens* bokmagasin 16. august 2014 s. 2)

“17. desember 1997 lanserte Jorn Barger termen weblog på sin nettside Robot Wisdom, som var en nettside som nettopp logget hvilke nettsider han klikket seg inn på, og som var et verktøy for å holde styr på hvilke nettsider han til en hver tid besøkte og ville dele videre. Fra 1999 blomstret bloggene opp, med blant annet muligheten for å ha diskusjoner inne på hver blogg. Den moderne bloggen kom fra internett-dagbøker, hvor folk skrev innlegg av personlig karakter om seg og sin egen hverdag. De var mer en form for nettsider som ble oppdatert jevnlig enn publiseringsverktøyene som blir brukt i dag. Blogging i Norge kom for alvor i gang i 2003. Dagbladet.no var en av de første til å legge innholdet sitt i weblogformat (Moen 2012). Egne blogghotell og bloggplattformer ble lansert i Norge i 2003, for eksempel weblogg.no og blogger.com. Disse gjorde det svært enkelt for folk uten stor kjennskap og innsikt i webpublisering og programmering å publisere egne innlegg på internett. Med lanseringen av Facebook og åpningen av det for andre enn universitetsstudenter i 2006 og mikrobloggnettsiden Twitter i 2006 ble interessen for å publisere seg selv på nett enda større.” (Linn-Karen Lyngbø i https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37940/Master_Lyngb.pdf; lesedato 05.07.16)

“Den norske bloggeren Thomas Moen ga i 2012 ut boken *123 blogg: for nysgjerrige, nybegynnere & eksperter*, en kort lærebok om bloggmediet og generelle tips for det han mener er god blogging. “Det er godt over 800 000 registrerte blogger, og vi estimerer at det er et sted mellom 200 og 300 000 aktive bloggere i Norge, det publiseres over 50 000 blogginnlegg hver eneste dag” (Moen

2012:12). Tallene Moen presenterer er overveldende store, og viser hvor stor interessen for blogging er i Norge. Det er også en stor forskjell i bruken av blogger i ulike land, og her skiller Norge seg ut i forhold til USA: “Hvis vi ser hvordan det for eksempel er i USA, er den gjennomsnittlige bloggeren en godt over 40 år gammel mann med høy utdanning. Han blogger om politikk, samfunn og kommunikasjon” (Moen 2012:12). Det står i kontrast til den gjennomsnittlige norske bloggeren, som ifølge Moen er en jente mellom 15 og 25 år. Såkalte “rosabloggere” er i hovedsak unge jenter som blogger om mote, sminke og sin egen hverdag. Bloggene består stort sett av bilder, og svært lite tekst. Denne vendingen i norsk blogging har på mange måter gitt termen “blogger” en negativ klang, og er langt fra utgangspunktet bloggingen hadde i Norge for noen år siden.” (Linn-Karen Lyngbø i https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37940/Master_Lyngb.pdf; lesedato 05.07.16)

“I boken *Gi meg en scene! Norsk blogghistorie. Terror, traumer og dagens outfit* fra 2013 skriver Kristian A. Bjørkelo fra Universitetet i Bergen, sammen med andre utvalgte bloggere, om utviklingen i norsk blogging og den norske blogghistorien. I sin introduksjon til boken hevder Bjørkelo at bloggrevolusjonen i Norge var en revolusjon som forsvant (Bjørkelo 2013:13). Bloggens utgangspunkt var som et nytt demokratisk medium, bloggerne var frie amatørjournalister uten en styrende redaksjon å forholde seg til. På den måten hadde de mulighet til å dykke dypere i materialet de interesserte seg for, og vinkle det på andre måter enn hva en journalist i en storavis eller nasjonalt mediehus hadde hatt mulighet til. Det var en mye lavere terskel for å trykke på “publiser-knappen” og på den måten ble det rom for andre offentlige debatter enn hva det hadde vært tidligere. I motsetning til for eksempel Iran, hvor bloggen ble en viktig stemme fra de opposisjonelle, kom ikke de store endringene i Norge. De beste bloggerne ble fort plukket opp av mediehusene, og startet sine karrierer som journalister og forfattere i samme hierarki som de kunne vært en motstemme til (Bjørkelo 2013:14). Det Bjørkelo også peker på er at den norske offentligheten er for liten for at bloggere kan ta stor plass som nye meningsyttere, samt at mediehusene er for flinke til å inkorporere de mindre stemmene og på den måten gjøre dem store, samt at flere av de store mediehusene eier de største bloggene.” (Linn-Karen Lyngbø i https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/37940/Master_Lyngb.pdf; lesedato 05.07.16)

Alle artiklene og litteraturlista til hele leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>