

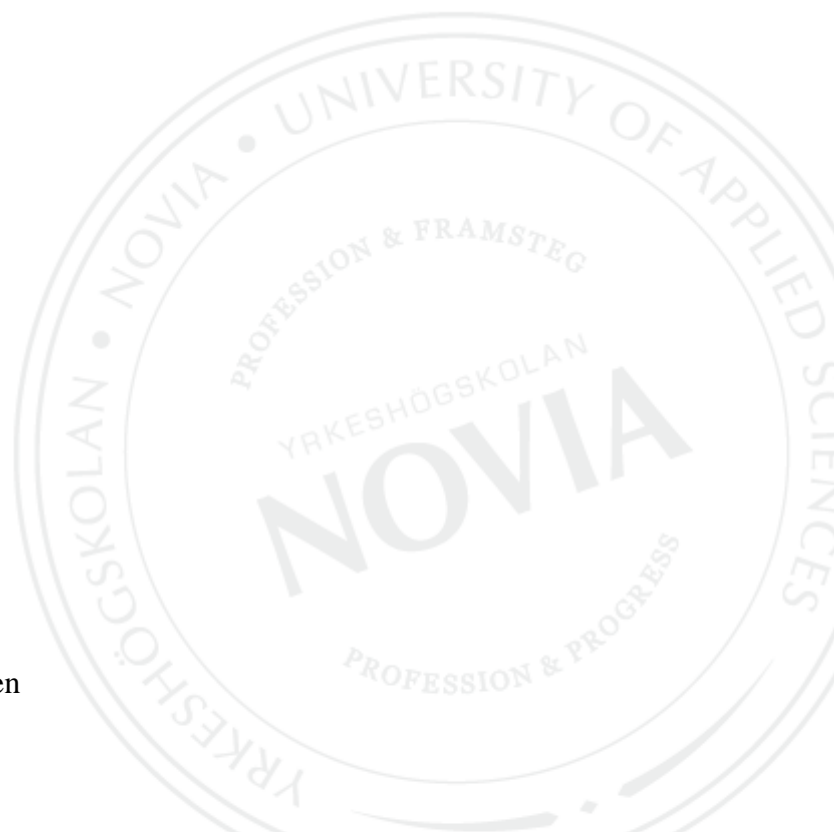
Saramelle Makeup

- En praktisk studie om hur man bygger upp en Youtube-kanal inom makeup

Marielle Westerlund & Sara-Li Eriksson

Examensarbete för estenom(YH)-examen

Utbildning för skönhetsbranschen



Vasa 2016

EXAMENSARBETE

Författare: Sara-Li Eriksson och Marielle Westerlund

Utbildningsprogram och ort: Skönhetsbranschen, Vasa

Handledare: Jaana-Ylimartimo-Nybäck

Titel: Saramelle Makeup

- En praktisk studie om hur man bygger upp en Youtube-kanal inom makeup

Våren 2016 Sidantal 47 Bilagor 1

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att genom videohandledning på Youtube, lära ut hur man gör en grundsminkning. Respondenterna vill sedan ta reda på hur åskådarna har upplevt klippet om hur man applicerar en perfekt bas. Respondenterna har valt att göra detta eftersom utbildning på nätet växer och de anser att det finns möjlighet att nå ut med deras kunskap till nybörjare inom makeup. För att ta reda på hur åskådarna upplevt klippet har en enkätundersökning gjorts.

Resultatet visar att videohandledningsklipp på svenska med inriktning på makeup är eftertraktat i svenskfinland. Resultatet visar också att kvaliteten på klippen är viktigt och att innehållet bör vara genomtänkt. Man kan också konstatera att det är tidskrävande att uppdatera kanalen regelbundet.

Språk: Svenska Nyckelord: makeup, youtube, videohandledning, filmning

BACHELOR'S THESIS

Author: Sara-Li Eriksson and Marielle Westerlund

Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vaasa

Supervisors: Jaana Ylimartimo-Nyback

Title: Saramelle Makeup

- A practical study on how to build a youtube channel about makeup

Spring 2016

Number of pages 47

Appendices 1

Summary

The aim with this thesis is to, through video tutorials on youtube, teach how to make a base makeup. The respondents would like to find out how the viewers have experienced the clip about how to apply a perfect base. The respondents have chosen to do so since education online is getting more extensive and they find that there is an opportunity to reach out with their knowledge to beginners in makeup. To find out how viewers experience the segment, a survey has been conducted.

The results show that there is a demand for swedish video tutorials in makeup in Swedish Finland. The results also show that the quality of the tutorials is of importance and that the content should be well thought through. It is evident that keeping the channel regularly updated is time consuming.

Language: Swedish

Key words: makeup, youtube, videohandledning, filmning

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
2. Syfte och problemprecisering	2
3. Teoretisk grund	3
3.1 Makeup	3
3.1.1 Bas	3
Primer	3
Täckstift	4
Underlagskräm.....	5
Puder	7
3.1.2 Skulptering av ansikte.....	7
3.1.3 Bryn.....	8
3.1.4 Ögon.....	10
3.1.5 Läppar.....	13
3.1.6 Redskap.....	14
3.2 Youtube	18
3.2.1 Vad är youtube?.....	18
3.2.2 Att starta en kanal.....	22
4. Tidigare forskning	24
5. Metoder	29
5.1 Dokumentstudier	29
5.2 Enkätstudie	30
5.3 Filmning	30
5.4 Innehållsanalys	31
5.5 Undersökningens praktiska genomförande	32
6. Resultatredovisning och tolkning	32
6.1 Hur skapas en youtubekanal	33
6.2 Analys av videohandledning	35
6.2.1 Layout	35
6.2.2 Sminkguide	36
6.2.3 Utlärning.....	37
6.2.4 Förståelse	38
6.2.5 Språk och tal.....	39
6.2.6 Kameravinklar.....	40
6.2.7 Förbättring.....	41
6.2.8 Tillägg.....	42
6.3 Sammanfattning av resultatet	43
7. Kritisk granskning	43
8. Diskussion	46

Källförteckning

Bilagor

1. Inledning

Vi har valt att starta en youtube-kanal där vi laddar upp handledningsfilmer om hur man sminkar sig rätt från grunden. Youtube är idag ett av de största sociala medium där människor kan marknadsföra sig själva eller sitt företag, samt söka information och kunskap i olika ämnen via korta handledningsfilmer, så kallade tutorials. Människor går till Youtube för att söka kunskap eller underhållning. Där finns det idag något för alla, både för amatörer och för professionella. Vi anser att det är i tiden att estenomerna tar mer plats på en så stor samlingspunkt. Även om det mesta finns på Youtube har vi uppmärksammat att det är brist på makeup handledningsfilmer på svenska, som dessutom är gjorda av yrkeskunniga inom området. Det är därför vi som estenomer bestämde oss för att göra finlandssvenska makeuphandledningsvideor på Youtube. Kanalen valde vi att döpa till Saramelle makeup. Namnet är en sammanslagning av våra förnamn, Sara-Li och Marielle.

I detta arbete kommer läsaren få ta del av hur man startar upp en kanal på youtube med fokus på makeupens grunder. Idag är makeup intresset större än någonsin, åldern för när man börjar sminka sig sjunker och människor konsumerar mera smink. Det ökade intresset för smink gör att människor köper hem produkter som de kanske inte vet hur de ska använda för att få bästa resultat. En enkätundersökning har också gjorts på det klipp som vi laddat upp på vår youtubekanal. Enkätundersökningen gjordes så att vi kunde ta del av åsikterna som åskådarna hade om klippet och så att vi kan utveckla vår kanal på bästa sätt.

Det finns redan många bra kanaler på Youtube där de lär ut hur man sminkar sig, men majoriteten av videorna är på engelska och många gånger finns inte produkterna de använder tillgängliga i Finland. Ett annat problem som vi uppmärksammat är att det ofta är mera avancerade sminkningar som lärs ut, vilket inte hjälper dem som bara vill lära sig hur man på ett enkelt sätt sminkar sig snyggt.

Man kan köpa allt från budgetprodukter till dyra märkesvaror, vilken prisklass man än

väljer är det viktigt att man vet vad man skall kolla efter så att man inte lägger pengar på produkter som inte fyller dess syfte.

Syftet med detta examensarbete är att genom videohandledning på Youtube, lära ut hur man gör grundsminkningar. Vi vill också ta reda på hur våra åskådare har upplevt klippet. Vi har valt att göra detta eftersom utbildning på nätet bara växer och vi anser att det finns möjlighet att nå ut med vår kunskap till nybörjare inom makeup. Genom youtube-kanalen kan vi marknadsföra oss själva och bygga upp ett kontaktnät. Examensarbetet riktar sig till nybörjare, personer med makeupintresse samt i utbildningssyfte. Examensarbetet kan även användas som beställningsarbete till utbildningar som rör skönhetsbranschen.

Eftersom att Youtube idag är så stort och vi valde att starta vår kanal där så kommer vi att ta upp lite fakta om Youtube i vår teoretiska grund. Vi anser att det är relevant för vårt arbete att läsaren även får ta del av bakgrundsfakta om sociala mediet.

2. Syfte och problemprecisering

Syftet med detta examensarbete är att genom videohandledning på Youtube, lära ut hur man gör grundsminkningar. Vi vill också ta reda på hur våra åskådare har upplevt klippet. Vi har valt att göra detta eftersom utbildning på nätet bara växer och vi anser att det finns möjlighet att nå ut med vår kunskap till nybörjare inom makeup. Genom youtube-kanalen kan vi marknadsföra oss själva och bygga upp ett kontaktnät. Examensarbetet riktar sig till nybörjare, personer med makeupintresse samt i utbildningssyfte. Examensarbetet kan även användas som beställningsarbete till utbildningar som rör skönhetsbranschen.

Forskningsfrågorna som ställs är:

1. Hur skapar man en youtube-kanal inom makeup?
2. Hur har tittarna upplevt klippet om hur man applicerar en bra bas?

3. Teoretisk grund

I den teoretiska grunden kommer respondenterna att lyfta fram relevanta grunder som behövs för att skapa en så bra och givande handledningsvideo på Youtube som möjligt. Respondenterna kommer att ta upp makeuptekniker, produktkonsistenser och redskap, samt hur man bygger upp en youtube kanal från grunden. För produktgruppen ”concealer” kommer ordet täckstift användas som svensk benämning.

3.1 Makeup

Makeup handlar inte om att följa de allra senaste trenderna, med endast de färger som är mest inne för säsongen. Utan det handlar om att ta till sig de stilar som passar bäst för en själv, att förstärka de vackraste dragen och ta fram den naturliga skönheten. Det finns inga strikta regler när det kommer till makeup, hemligheten är att hitta de tillvägagångssätt som man själv känner sig bekväm med. Det är slutresultatet som är det viktigaste och att man har roligt under tiden man gör sin makeup (Campsie, 1998, s.6).

3.1.1 Bas

En snygg makeup börjar med en bra bas som består av en primer, underlagskräm, täckstift och puder. En perfekt bas skall inte synas utan den skall vara ett med huden och lyfta hela makeuven. Det är viktigt att man hittar det som man själv känner sig bekväm i och det som bäst passar ens egen hudtyp (Högfeldt, 2015,s46-52).

Primer

En primer appliceras efter ansiktskrämen och före underlagskrämen, primern kommer att vara grunden för hela sminkningen. Det finns olika typer av primers med lite olika syften. Den kan korrigerar ojämnheter och ge en jämn ansiktsfärg. Stora porer kan göras mindre framträdande, fet hy kan mattas ner och en torr hy kan få mer lyster.

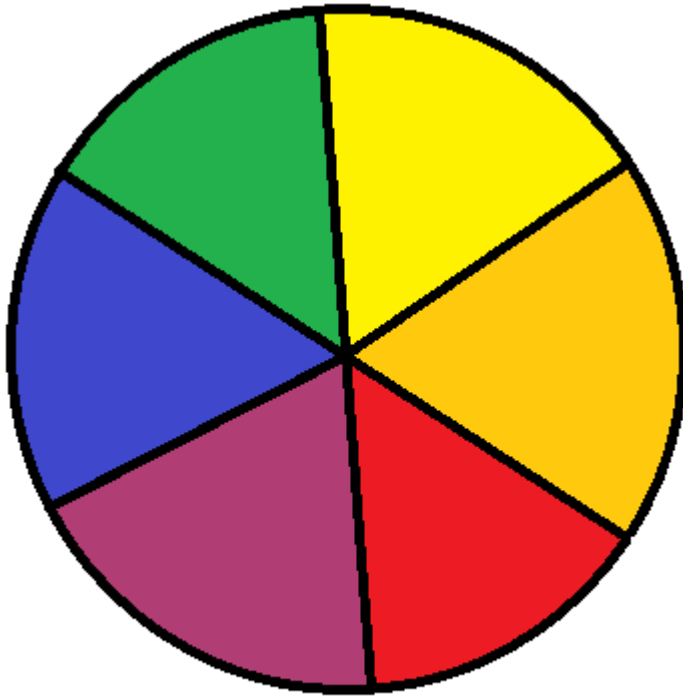
Huvudsyftet med en primer är ändå att fungera som fäste för resten av makeupen. En primer lägger sig som en skyddande hinna på huden, den hindrar alltså underlagskrämen från att absorberas och blandas med hudens egna oljor. Därför kommer underlagskrämen inte att glida av huden under dagen. En primer förbättrar helt enkelt hållbarheten på makeupen (Högfeldt, 2015, s.46).

Täckstift

Täckstift används när underlagskrämen inte i sig själv klarar av att täcka och korrigera ”fel” i huden, t.ex. brustna blodkärl, blemmor, rodnad, mörka ringar, födelsemärken eller pigmentfläckar. Täckstift finns både i krämig flytande form och som stift. Beroende på hur täckande resultatet skall vara behöver man anpassa sig till vilken konsistens som lämpar sig bäst. Krämiga och flytande täckstift är lätta att jämna ut, men nackdelen är att de kan flyta ut och därför inte ge den täckning man önskar. Stiftet däremot sitter där det ska, men kan däremot vara svårare att jämna ut eftersom den är tjockare och torrare i konsistensen. För att applicera täckstiftet på bästa sätt ska man med hjälp av fingerspetsarna värma upp en liten mängd på handryggen, då blir den lättare att applicera på de områden som skall korrigeras (Campsie, 1998, s16; Sofia, 2006, s14).

En person med torr hy skall använda ett täckstift som ger fukt medan en person med fet hy bör använda ett som är oljefritt, så att täckstiftet fäster och hållbarheten blir så bra som möjligt. Det är viktigt att man anpassar täckstiftet efter den egna hudtypen eftersom fel produkt kan ge ett kakigt eller ojämnt resultat (Campsie, 1998, s16;Sofia, 2006, s14).

Man kan både prata om täckstift och neutraliseringsfärg. Neutraliseringsfärger fungerar genom kontrastfärger. Kontrastfärger är alltså den motsatta färgen när man ser på en färgkarta, se figur 1 (Vaara, 2013, s.91).



Figur 1. Färgkarta. (Westerlund 2016)

För att reducera mörka ringar under ögonen skall man välja ett neutraliseringstäckstift som är rött/orange. För att täcka blemmor eller blodkärl skall man jobba med ett täckstift som går åt det gröna hållet. Täckstiftet appliceras alltid innan puder men det är en smaksak om man vill lägga det innan underlagskrämen eller efter. Undantaget är om man använder kontrastfärger, då bör det appliceras under underlagskrämen eller under ett hudfärgat täckstift. Risken för att man drar ut täckstiftet blir större om man applicerar det innan underlagskrämen än om man applicerar det efteråt (Campsie, 1998, s16;Sofia, 2006, s14; Vaara, 2013, s. 91).

Underlagskräm

Med en underlagskräm eftersträvar man att göra hyn så felfri, naturlig och fräsch som möjligt. Det är viktigt att anpassa produkten efter vilken hudtyp man har och vilket resultat som önskas, exempelvis lätt täckande eller fullt täckande resultat. Det är även

viktigt att hitta den rätta färgen till sin egen hudton. För att hitta rätt skall man välja ut tre nyanser som kan tänkas passa och applicera dem i linjer bredvid varandra på kinden och käkbenet. Den nyans som smälter in i huden är den rätta. Det är viktigt att komma ihåg att färgen skall passa ihop med halsen och inte med ansiktets färg, eftersom det är halsen man sedan kommer jämföra med efter applicering. Man skall även alltid sträva efter att applicera underlagskrämen i dagsljus eftersom det är i just dagsljus makeupen kommer att synas under dagen. Innan man gör ett köpbeslut är det bra att vänta ca 15 minuter eftersom hudens egna oljor och luften kan påverka krämen så att den ändrar färg (Campsie, 1998, s15).

Det finns olika konsistenser på underlagskrämer därför även olika täckning. Stift, pressade och flytande underlagskrämer är några variationer som finns på marknaden. Hemligheten bakom en snyggt applicerad makeup är att addera produkten stegvis, börja med små mängder och bygg sedan upp till önskad täckning. Det är lättare att lägga till än att ta bort. Ett stift ger lätt eller medel täckning och kan med lätthet appliceras med fingertopparna eller en svamp. Pressade underlagskrämer är en blandning mellan ansiktspuder och underlagskräm i en och samma förpackning. Till ett pressat puder kan man använda en fuktad svamp för ett mer täckande resultat eller en torr svamp för en naturligare täckning. Det finns krämer som är allt från fullt täckande till minimalt täckande, krämer som ger matt eller glansig yta. Här gäller det att veta vad man är ute efter och sedan välja ut den som passar det egna önskemålet bäst (Campsie, 1998, s15).

En mogen hy är ofta torr och behöver underlagskrämer som tillför fukt så att hyn får en fin lyster. Detta gäller inte bara för den mogna hyn utan kan tillämpas av alla med en torrare hy. En fet hy behöver tvärtom, produkter som är oljefria. Produkten skall gärna ha egenskaper som tar upp den oönskade glansen som finns på en fet hy, man vill alltså matta ner de glansiga områdena. Till en normal hy kan vilka produkter som helst användas, här behöver man inte gå in och korrigera några ”fel” i den egna hyn (Campsie, 1998, s15).

Puder

Pudret har som uppgift att fixera de flytande produkterna, dvs. täckstiftet och underlagskrämen. Dessutom mattar pudret ner oönskad glansighet samt lägger en bra grund för andra puderprodukter som skall användas, exempelvis ögonskugga. Det finns både löst puder och pressat puder. Valet mellan dessa två beror på vad man tycker mest om att använda, samt om man vill ha färgat eller transparent, det vill säga ofärgat puder. Dessa har däremot olika egenskaper. Det färgade pudret måste passa den egna hudtonen medan det transparenta passar alla, det ger däremot ingen täckning till ansiktet så som det färgade gör (Campsie, 1998, s19; Sofia, 2006, s14).

Pudret skall kännas lent och lätt när man lägger det på handen. Om konsistensen känns sträv och kritaktig är det ett tecken på att pudret malts för lite och att slutresultatet därför kommer att bli just strävt och kritaktigt. Pudret appliceras alltid efter att man lagt de flytande produkterna, så som underlagskräm och täckstift. Man behöver inte applicera puder i hela ansiktet, utan försök få ett så naturligt och fräscht resultat som möjligt. Satsa på att fixera underlagskrämen på de områden där man oftast blir glansig, exempelvis på hakan, näsan och pannan. Om man pudrar för mycket finns det risk att man börjar se livlös ut. Behöver pudret bättras på under dagen är det bra att först dutta bort oljan från ansiktet med en pappersduk och sedan applicera pudret, annars förstärks bara det torra i pudret (Campsie, 1998, s19; Sofia, 2006, s14; Vaara, 2013, s93-94).

3.1.2 Skulptering av ansikte

Skulptering av ansiktet innebär att man skapar olika illusioner i ansiktet. Med skulptering kan man ändra ansiktsformen och få ögat att tro att man har synligare kindben samt jämna ut ansiktet så att det blir symmetriskt (Ririnui, et Al., 2013, s.32, Johnson, 2014).

Skulptering av ansiktet gör man genom att ljusa upp de partier som man vill framhäva och skugga de delar av ansiktet som man vill dra in och förminska. En grundskulptering gör man genom att använda antingen krämfärger eller puder. En highlighter, som man

använder för att ljusa upp partier i ansiktet, skall vara två till tre nyanser ljusare än den egna hyn och en skugga skall vara två till tre nyanser mörkare än den egna hyn. En highlighter har som uppgift att reflektera ljuset och att förtydliga skuggningen i ansiktet. Highlightern finns i både krämform och puderform. Den kan både vara skimrig och matt. En skimrig skugga reflekterar ljuset från flera vinklar medans en matt mera lyfter fram de partier som ljusats upp (Ririnui, et Al., 2013, s.26; Johnson, 2014).

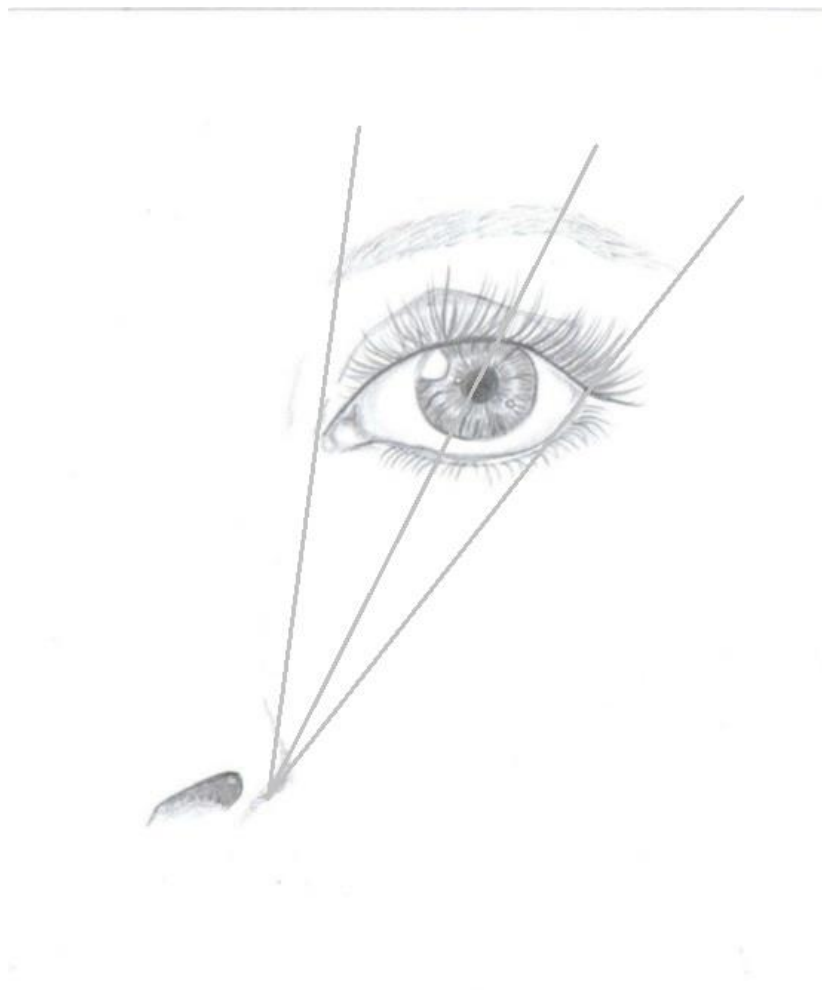
Skuggor som man använder för skulpteringsändamål skall vara matta, eftersom detta ger ett naturligt resultat då verkliga skuggor aldrig skimrar. Skuggorna appliceras på de ställen där man vill att ansiktet skall se smalare ut eller där man vill skapa ett djup. Dessa ställen är strax under kindbenet, käkbenet, globlinjen, hårfästet och på sidorna av näsan. Highlighten applicerar man på de ställen som man vill förstora eller lyfta fram. Dessa ställen är på näsbenet upp till pannan, ovanpå käkbenet, hakan, brynbenet och amorbågen. Då man applicerat highlighten och skuggningen är det viktigt att man tonar ut kanterna så att inga skarpa linjer syns (Ririnui, et Al., 2013, s. 32; Johnson, 2014).

Om man använt sig av krämfärger kan man förstärka skuggorna och highlighten med motsvarande färger i puderformat. En matt kall brun skugga för skuggningen och en ljus hudfärgad skugga till highlighten. Dessa applicerar man på samma ställen som man har lagt krämformen (Johnson, 2014).

3.1.3 Bryn

Brynen ramar in ögonen och ger ett lyft till ansiktet, precis som en ram gör för tavlan. Det finns ingen form som är den perfekta för alla, det gäller att hitta den som passar bäst för det egna ansiktet. Ett vackert bryn skall formas, inte bara med hjälp av penslar eller pennor, utan från det egna brynets form. Det kan alltså vara nödvändigt att plocka bort oönskade strån från den egna brynformen, för att få det önskade slutresultatet (Högfeldt, 2015, s90-93).

Följande guide kan man använda som riktilinje om man är ute efter den klassiska brynformen. Utgångspunkten är alltid från näsvingen, se figur 2, därefter delar guiden in sig i tre olika slutpunkter, en startpunkt, en högsta punkt och en slutpunkt. Det är bra att ha en tunn penna eller pensel som hjälp när man skall mäta ut dessa olika steg. För att hitta startpunkten placerar man penseln vid näsvingen och riktar den rakt upp över ögats inre vrå. Allt som lämnar utanför denna linjen, mot näsan, skall plockas bort. Nästa steg är att mäta ut brynets högsta punkt, då går man återigen från näsvingen och snett upp över pupillen. Här är det viktigt att man ser rakt fram så att måttet blir korrekt. Sista steget är hitta brynets slutpunkt, utgå igen från näsvingen och snett ut över ögats yttre kant, där är brynets slut. Brynet har sin tjockaste del närmast näsan, sedan tunnare det jämt av mot slutpunkten (Vaara, 2013, s103; Högfeltdt, 2015, s90-93).



Figur 2. Guide för ögonbryn. (Richardsson 2016)

Man skall försöka sträva efter att välja en ögonbrynsfärg som är den samma som håret, om håret är färgat kan man gå efter utväxten eller om man har väldigt ljus egen hårfärg kan man använda sig av en färg som är något steg mörkare. När man fyller i brynen kan man använda sig av lite olika metoder, som t.ex. en penna, en snedskuren pensel som används till brynskugga eller mer gelaktiga produkter. Personer med ljus eller grått hår passar bäst i en ljusare brun färg som antingen är kall eller varm. Personer med brunt hår passar bäst med brun eller mörkbrun färg på sina bryn. Det är en smaksak vilket verktyg man skall använda sig av, brynskuggan ger ofta ett naturligare resultat än vad pennan gör, så det kan vara bra att använda när man är nybörjare. När man väl fyller i brynen är det lätt att börja med att ”rita” in nedre och övre linjen sedan kan man enkelt fylla i med färg mellan dessa linjer. Tänk på att inte måla för starkt, var lätt på handen (vaara, 2013, s106,107; Sofia, 2006, s17).

3.1.4 Ögon

Med ögonmakeup kan man både ändra och förstärka den egna formen och färgen på ögonen samt få en klarare och större blick. Ögat delas in i tre olika delar, ögonlockets rörliga del, globlinjen och ögonbrynsbenet. Man kan dela in ögonlocket i tre lika stora delar när man applicerar själva skuggan, på det sättet skapar man dimension och ett djup till ögat. Det är bra att komma ihåg att ljusa färger förstörar och framhäver medan mörka färger förminskar och ger djup. Det är också viktigt att planera makeupen, om man väljer starka färger både till ögon och läppar kan det lätt börja se översminkat ut. Därför passar en stark ögonmakeup bäst till en annars ren makeup (Vaara, 2013, s115; Högfeltdt, 2015,s.71).

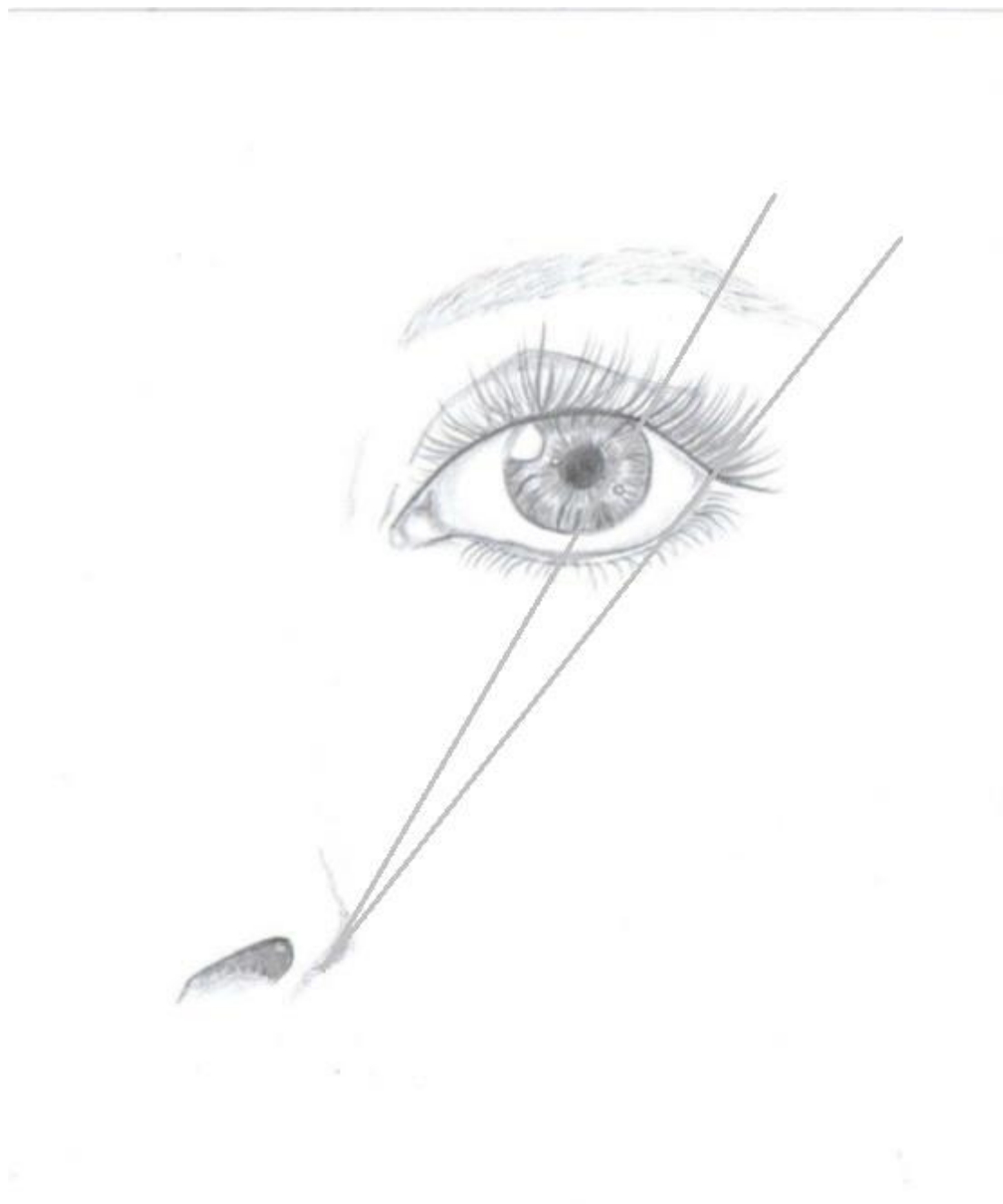
För att komma igång med ögonsminket och för att veta vilka färger man passar i och vilka man bör undvika behöver man göra en liten analys av sitt ansikte och ansiktets färger. Om man har en underton av rött kan det vara bra att undvika röda skuggor eftersom det lätt kan förstärka det röda. Istället kan man använda sig av mer dämpade toner såsom grått eller beige. Man kan även använda sig av kontrastfärger, eller komplementfärger. En kontrastfärg är alltså den motsatta färgen i färgcirkeln. Vad kontrastfärgerna gör är att de antingen kan förstärka eller dämpa de egna färgerna, t.ex i hud eller ögon (Högfeltdt, 2015, s72-73).

Olika ögonfärger kommer alltså framträda olika beroende på vilken färg på ögonskuggan man väljer. Gröna och hasselnötsfärgade ögon blir fina i lila färger och förstärks av neutrala toner. Blå ögon blir vackra i djupa blåa och i bruna toner. Bruna ögon passar i så gott som alla mjuka toner men de som verkligen förstärker är färger med röda eller bruna undertoner. Man skall även komma ihåg att glitter och starka färger lämpar sig bäst till unga ögon, dvs. på en hy som inte tappat sin spänst och är slät (Högfeldt, 2015, s78).

Produkter som används till ögonlocken är ögonskugga som finns i puderform och krämform, eyeliner, kajal och maskara. Med en krämskugga finns det risk för att den flyter ut eller lägger sig i globlinjen eftersom det inte är en torr produkt, det kan man dock förhindra genom att dutta på lite transparent puder. För att markera ögonen använder man eyeliner eller kajal. Eyeliner kräver ett knivskarpt och jämnt resultat. Kajalen däremot går att sudda ut en aning om den inte är jämn och är på så sätt lättare att använda för nybörjare (Sofia, 2006, s17-18).

Grunderna för att få en snyggt applicerad skugga börjar med att man applicerar en färg över ögonlockets rörliga del. Nästa steg är att lägga en ljusare skugga på 2/3 delar av ögonlocket, med start från ögats inre vrå. Till ögats yttre kant applicerar man den mörkaste skuggan. När man har alla skuggor på plats är det dags att sudda ut kanterna så att de är så mjukt övergående som möjligt. Det här gör man bäst med en luftigare och mjuk pensel. I det här steget jobbar man mest kring globlinjen och uppåt mot brynbenet men även övergången mellan den ljusa och den mörka färgen skall vara knappt märkbar. Skuggan skall sluta vid ögats yttre kant i en linje som följer samma princip som när man mäter ut var ögonbrynet slutar, se figur 3. Man kan tänka sig en osynlig linje från näsvingen genom ögats ytterkant och upp till brynet, där stannar man med skuggan. För att ytterligare öppna upp ögat kan man applicera ögonskugga under ögat. Då är det viktigt att man binder ihop skuggorna i ytterkanten av ögat. Det är också viktigt att inte skuggan blir för tjock utan att den håller sig nära fransraden. Mörkast är

skuggan i ytterkant och ljusare in mot ögonvrån (Vaara, 2013, s115-118; Campsie, 1998, s20).



Figur 3. Ögonskuggans steg. (Richardsson 2016).

Till sist applicerar man maskara. Den kan vara vattenfast, ge volym, separera eller ge ett längre och fylligare intryck. Om man är ute efter ett naturligt resultat skall man välja en borste som är lite mindre och tvärtom om man vill ha kraftiga fransar skall man välja en borst som är tjock och tät. En gummiborste som har små piggar ger långa och

separerade fransar. Maskaran skall appliceras på rena och torra fransar för att få så bra hållbarhet som möjligt. För att få ett så bra slutresultat som möjligt är det viktigt att man applicerar maskaran ända från fransroten. Appliceringen blir bäst när man för maskaraborsten uppåt och utåt i en sicksackrörelse (Högfeldt, 2015, s84-85).

3.1.5 Läppar

Färgen på ett läppstift är inte alltid den samma på läpparna som den ser ut att vara i förpackningen i butiken. I detta kapitel kommer respondenterna att skriva om hur man målar läpparna på ett så hållbart vis som möjligt och hur man får färger att framstå så sanna som möjligt (Ririnui, et al., 2013).

För att få den rätta färgen på läppstiftet och för att få det att sitta hela dagen kan man använda sig av en läppprimer eller ett täckstift som bas. Därefter ska man välja ut en läppenna som är så nära läppstiftets färg som möjligt. Läppennan applicerar man som en ram runt läpparna. Man ska vara försiktig med att gå över kanten på läpparna, eftersom att detta lätt syns och ser onaturligt ut. Efter att man applicerat läppennan går man vidare till läppstiftet som appliceras på hela läppen. För att förlänga hållbarheten, kan man bita med läpparna på ett papper och sedan applicera läppstiftet igen och sedan applicera ett transparent puder. Vill man ändra formen på läpparna eller göra så att de ser större ut kan man använda ett någon grad ljusare läppstift på mitten av läpparna och ett som är några steg mörkare i kanterna och därefter tona ihop dem (Ririnui, et Al., 2013, s.78, Johnson, 2015, Johnson, 2013).

Läppglans applicerar man på läpparna för att göra dem glansiga. Man kan också avsluta med att applicera ett läppglans ovanpå läppstiftet för att lyfta fram läpparna ännu mera (Johnson, 2015).

3.1.6 Redskap

Det finns ett hav av sminkredskap som man kan använda sig av för att göra en bra makeup. I grunden har du färdigt dina fingrar som man kan göra mycket med, men gärna underlätta sminkprocessen ytterligare genom att skaffa bra borstar som utför sina uppgifter. Längst ner i kapitlet hittar man en bild på de borstar som nämns i texten. På bilden är redskapen numrerade och dessa siffror hittar du inbakade i texten vid beskrivning av redskapet (Sofia, 2006, s. 10).

Foundationborste

Foundationborsten (1) använder man till underlagskrämer. Den klassiska foundationborsten är platt och etappskuren. Den är vanligast i syntethår eftersom att den inte skall suga upp produkten utan lämna all produkt på huden. Med den klassiska foundationborsten plattar man in underlagskrämen på huden i ansiktet. Foundationborsten finns också i en luftigare etappklippt form och används för att cirkulera in produkten i ansiktet (Sofia, 2006, S.10; Högfeltdt, 2015, s.118).

Puderborste

Puderborsten (2) använder man till puder och den är rund och etappklippt. Puderborsten finns i både naturligt och syntethår, men rekommenderas i naturligt hår av bättre kvalitet. Puderborsten skall gärna vara av den större varianten eftersom den skall fördelas på så stor yta som möjligt. Puderborsten kan användas till både pressat och löst puder (Sofia, 2006, S.10; Högfeltdt, 2015, s.118).

Rougeborste

Rougeborsten (3) är en mindre variant av puderborsten och är lite plattare för att ge bättre precision men ändå sprida ut rougen jämnt över kinderna. Rougeborsten är precis som puderborsten etappklippt och rekommenderas i naturligt hår och av bästa möjliga kvalitet (Sofia, 2006, S.10; Högfeltdt, 2015, s.119).

Skuggningsborste

Skuggningsborsten (4) är en snedskuren borste som används för att skugga ansiktet. Den är snedskuren för att den inte skall lämna hårda kanter och för att ge en naturlig suddning. Den kan också användas till att applicera rouge och solpuder. Skuggningsborsten bör vara av hög kvalitet och gärna i naturligt hår, men den finns också i syntethår (Högfeldt, 2015, s.118).

Svamp

Svampen (5) används till underlagskrämer. Den finns i många olika former och material. Svampen bör fuktas innan användning för att inte suga upp för mycket produkt. Den vanligaste formen på en svamp är triangelform som bäst tillämpas med täckningsprodukter. Den runda svampen passar bäst till foundation (Sofia, 2006, s.10).

Täckstiftpensel

Täckstiftpenseln (6) används till att täcka olika flagor och pigmentfläckar på huden. Borsten är liten, platt och kompakt för att ge bra precision och täcka små ytor. Borsten är av syntethår eftersom att man oftast jobbar med feta krämer (Mason, 2008, s.24).

Ögonskuggsborste

Ögonskuggsbortar finns i mängder av former och storlekar. Borstarna finns i både naturligt och syntethår, men rekommenderas i naturligt hår. En platt och kompakt ögonskuggsborste (7) använder man till att platta in en skugga över ögats rörliga del och upp till brynbenet. En luftigare snedskuren pensel (8) är att föredra för uttoning i globlinjen. En större och mindre kompakt ögonskuggsborste (9) används för att göra en mjuk övergång mellan skuggorna. Den mindre ögonskuggsborsten (13) används till att skugga nära ögonfransarna både under och ovan ögat (Mason, 2008, s.24).

Ögonbrynspensel

Ögonbrynspenseln (10) är en snedskuren borste som är liten, platt och kompakt. Den bör vara av bra kvalitet och gärna av naturligt hår. Ögonbrynspenseln används till att fylla i ögonbrynen och även till att forma ögonbrynen (Sofia, 2006, S.11; Högfeldt, 2015, s.119).

Ögonbrynsborste

Ögonbrynsborsten (14) finns i två olika varianter. En ser ut som en liten tandborste och den andra ser ut som en mascaraborste. Ögonbrynsborsten använder man till att forma brynstråna och hålla dem på plats. Man applicerar inte färg med ögonbrynsborsten (Sofia, 2006, S.11; Högfeldt, 2015, s.119).

Eyelinerpensel

Eyelinerpenseln (11) finns i många olika versioner. Den klassiska eyelinerpenseln är liten, rundad och spetsig på toppen. Den används till att applicera eyeliner vid fransroten. Skaftet kan vara både rakt och vinklat, den vinklade versionen är lättare att applicera eyeliner med. Eyelinerborsten kan också användas till täckstift och ögonskuggor där man behöver exakt precision (Sofia, 2006, S.11; Högfeldt, 2015, s.118).

Läppensel

Läppenseln (12) är liten, platt och oftast i syntethår. Läppenseln är i syntethår eftersom läppstiften är väldigt feta och syntethår inte suger upp den feta produkten. Läppenseln gör att man lätt kan applicera läppstiftet på läpparna och får stiftet att sitta längre under dagen än om man applicerar läppstiftet direkt på läpparna (Sofia, 2006, S.10; Högfeldt, 2015, s.119).

Ögonfransböjare

Ögonfransböjare (16) används för att böja fransarna uppåt mot ögonbrynet innan man applicerar mascara. Detta för att fransarna inte skall sticka rakt ut, utan få en vacker böj (Johnson, 2012).

Pincett

Pincetten (15) är oftast diamantslipad och en viktig del i makeupväskan. Den används i första hand till att plocka och forma brynet, men man kan också använda den som hjälpmedel för att applicera lösögonfransar och prydnadsstenar i ansiktet (Johnson, 2012; Sofia, 2006, s.11).

Sax

En manikyr sax (18) är bra att ha i sminkväskan för att klippa av långa ögonbrynsstrån och för att klippa lösögonfransar till den rätta längden (Johnson, 2012; Sofia, 2006, s.11).

Pennvässare

En vanlig pennvässare (17) används för att vassa läpp och ögonpennor (Johnson, 2012).

Rengöring av penslarna

För att rengöra penslarna kan man använda sig av tvål eller diskmedel. Torka penslarna så att själva borstarna ligger i luften och då behåller sin form. Penslarna borde rengöras minst en gång i veckan (Perkins, 2016).



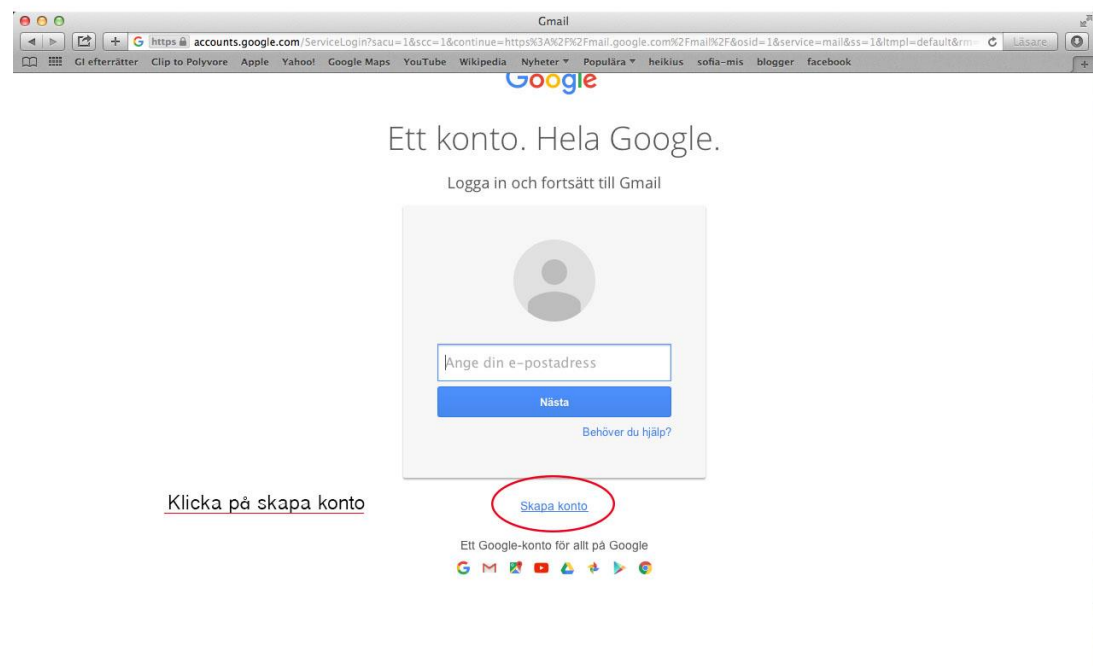
Figur 4. Redskap. (Eriksson 2016).

3.2 Youtube

I det här kapitlet kommer respondenterna att med hjälp av text och bild beskriva hur man går tillväga för att starta upp en kanal på Youtube. Respondenterna kommer även att ge en sammanfattning om vad Youtube är.

3.2.1 Vad är youtube?

Eftersom Youtube ägs av Google, är det lättast att skapa ett konto på Youtube via gmail.com. Därför börjar man först med att skapa ett gmail konto. Gmail är Googles egna webbaserade e-mailtjänst och det är helt gratis att skapa ett konto och använda tjänsten. Med ett Gmail konto kan man använda sig av alla Googles olika webbtjänster och sidor (Basharat, 2014).



1. Börja med att gå in på Gmail.com och klicka på skapa konto.

2. Andra steget är att fylla i sina uppgifter och välja ett användarnamn som sedan kommer att fungera som ens mailadress och användarnamn på andra sidor.

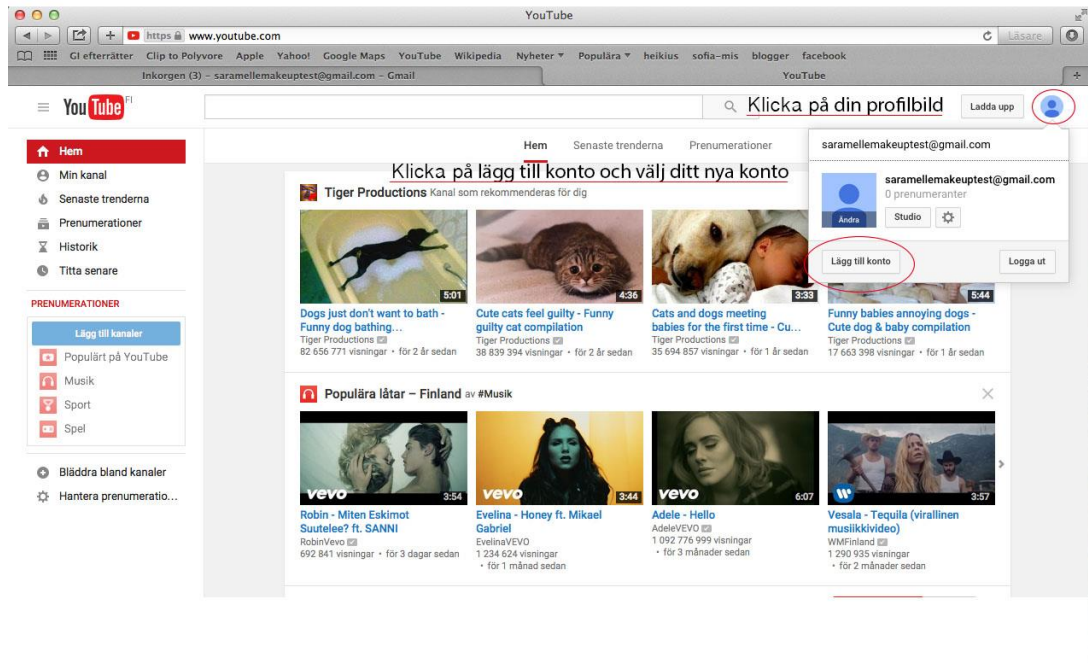
3. Då alla uppgifter stämmer och användarnamnet är ledigt klickar man på godkänn och då kommer denna sida upp. Klicka på fortsätt för att komma till det nya emailkontot.

Här är ditt emailkonto

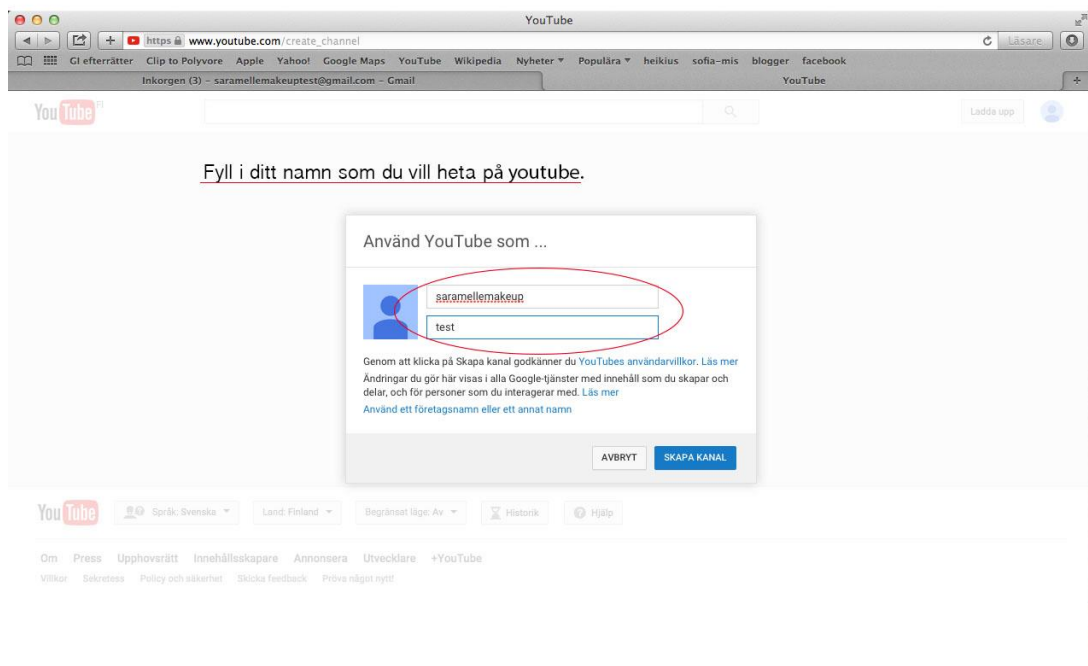
4. Nu är kontot klart och redo att användas. Gmail är väldigt lätt att hantera och det finns massor med hjälp som är lättillgänglig när man loggar in.

Klicka på logga in

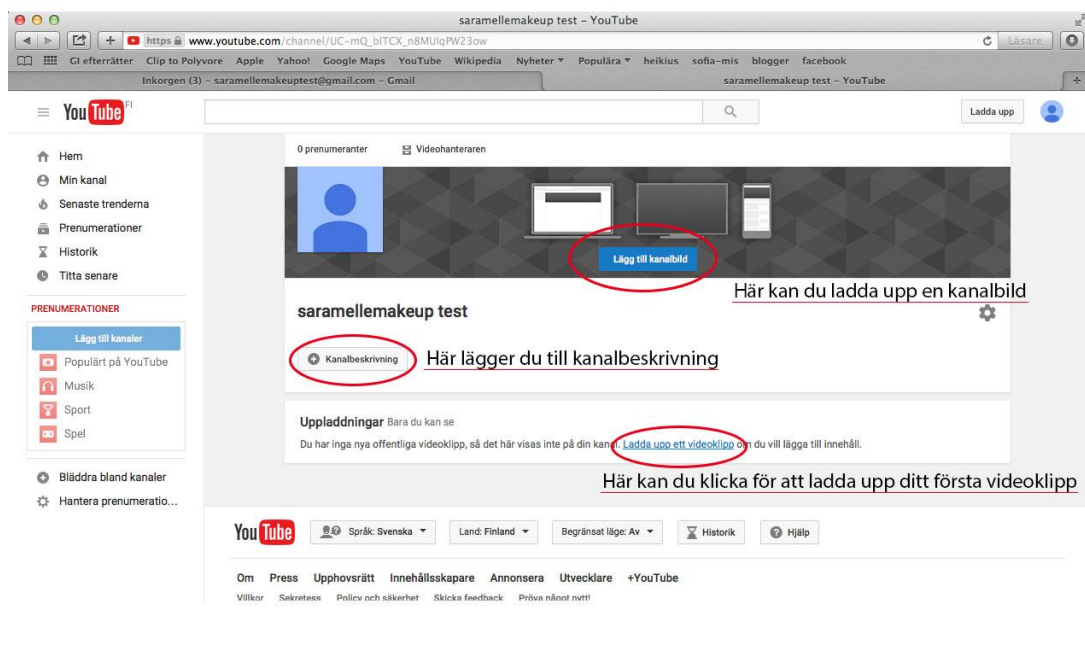
5. Ta upp en ny flik och gå till youtube.com. Klicka på logga in uppe i högra hörnet. Där fyller man i sina gmail kontouppgifter, alltså användarnamn (ex. användarnamn@gmail.com) och lösenord.



6. Klicka på profilbilden uppe i högra hörnet och klicka sedan på lägg till konto. Om man har flera skall man välja det konto som man just skapat.



7. Här fyller man i det namn som man vill heta på Youtube. Förhandsvalet är alltid ens för och efternamn som man skrivit in då man skapat sitt Gmailkonto. Men man kan fritt välja vilket namn man vill. Då man godkänt sin kanal kan man gratis byta namn en gång. Klicka på *skapa kanal*.



8. Nu är youtubekanalerna klar och redo att börja användas. Nu kan man ladda upp en kanalbild som beskriver kanalen och lägga till en kanalbeskrivning. Kanalbeskrivningen skall berätta vad det är för sorts videor man kommer att ladda upp och lite info om kanalen. man kan också klicka på ladda upp ett videoklipp redan nu.

3.2.2 Att starta en kanal

Då man startar en kanal på youtube är det viktigt att man bestämmer sig för en nisch, något man tycker om att göra. Att filma och redigera tar mycket tid och därför är det viktigt att man filmar inom det ämnesområdet man är intresserad av. Då man har bestämt sig för vilket område man vill att kanalen skall handla om kommer följande steg, det steg som man behöver lägga extra mycket tanke till, användarnamnet. Användarnamnet skall för det första vara tillgängligt, det skall också vara lätt stavat och enkelt att för åskådarna att komma ihåg. Kom ihåg användarnamnet ofta lämnar, därför är det viktigt att inte ha ett okänsligt användarnamn eller ett namn som är för provokativt (Ahmedmia, 2014).

Att börja filma kräver mycket planering. Kamerautrustning och bakgrund är A och O. Då man bestämmer platsen man vill filma på är det jätteviktigt att tänka på att bakgrunden inte skall vara stökig, utan så enkel som möjlig. Man kan gärna ha blommor och tända något ljus i bakgrunden för att få en varm och mysig känsla i klippet. Det

första man bör tänka på är att filma i et rum där man får mycket dagsljus, viktigt att komma ihåg är att det inte skall komma direkt solljus på en, eftersom att detta ger ett fullt ljus i ansiktet och man har svårt att hålla ögonen helt öppna. Vill man investera i något så skall man investera i bra lampor och skärmar. Om man inte har möjlighet till professionella lampor kan man använda sig av byggnadslampor (Connoly, 2015, wedmore, 2013).

Kamerautrustningen som man behöver för att filma har ett brett utbud och med dagens kamerautveckling kan man använda sig av en vanlig systemkamera för att filma med bra kvalitet. Detta betyder att man inte behöver köpa en filmkamera för att få till ett bra filmklipp. Det man bör tänka på då man skall filma är att kameran skall ha bra ljudingångar, ofta kan det då vara bra att använda sig av en extern mikrofon för att få bästa möjliga ljudkvalitet på sina klipp. Det är också viktigt att man stänger av all elektronik runt om så länge man filmar. Dra ut alla sladdar ur vägguttagen och sätt telefoner på ljudlöst. För att få rätt höjd och en stadig bild är det bra att använda sig av ett stativ till kameran (Sarah, 2014, Wedmore, 2013).

För att nå ut till en bredare publik på youtube är det viktigt att tänka på kvaliteten och innehållet på filmerna. Det är viktigt att göra bra research före du börjar på med ditt filmprojekt. Ta reda på allt du behöver veta om youtube och innehållet i din film innan du börjar filma. Innan man försöker nå ut till människor med sina klipp är det viktigt att ha en bra grund. Skapa konton på flera sociala medier, bestämma sin målgrupp, sätta ut all information på kanalen innan man börjar länka den (Wedmore, 2013, Schmoyer & Eves, 2013).

För att göra en lyckad film är det viktigt att ha ett bra intro till videon, något som fångar åskådarens uppmärksamhet de första 3-7 sekunderna eftersom att detta gör att personen vill se klippet färdigt. Efter introt kommer själva innehållet som man vill visa i sin film, det är här all information kommer. Då man har visat sitt innehåll är det viktigt att man inte bara avslutar videon kort, utan lägger till ett outro. Outrot är det som får åskådaren att börja prenumerera på kanalen och det gör att åskådaren kommer att se de framtida klippen man laddar upp (Schmoyer & Eves, 2013).

Kvalitet går före kvantitet i de flesta fall och det gäller även videor på Youtube. Att redigera en film tar tid. Det är därför viktigt att man har ett redigeringsprogram som är bekväm med och som har de verktyg man behöver för att enkelt redigera filmen. De flesta datorer kommer idag med bra redigeringsprogram redan i programvaran. Filmredigeringsprogrammen som följer med datorn är en bra början för nybörjare. Då man vill avancera redigeringen kan man köpa mera professionella redigeringsprogram, men man klarar sig långt på de redigeringsprogrammen som alla datorer har. Det sista steget i filmningsprocessen är att ladda upp det färdiga klippet. Då man laddar upp klippet kan det vara bra att ha det inställt på privat under uppladdningen. På detta sätt får man i lugn och ro skriva en bra text till klippet och sätta in de länkar man vill ha i textrutan, dessa länkar kan till exempel vara länkar till andra konton man har på sociala medier (Sarah, 2014, Connolly 2015, Schmoyer & Eves, 2014).

Då man lagt till all text som behövs kan man ladda upp en thumbnail. Detta är den bild som visar vad klippet innehåller och är en viktig del för att få besökare att klicka på ens klipp. En thumbnail skall se snygg ut och inspirera. Då man har allt klart ändrar man inställningen på klippet från privat till offentlig, nu kan alla se klippet och man kan börja länka det på sina andra sociala medier (Schmoyer & Eves, 2014).

4. Tidigare forskning

I detta kapitel kommer respondenterna att redogöra för tidigare forskning som kan relateras till detta examensarbete. Databaser som respondenterna använt sig av är DiVA, EBSCO, Theseus, Google Scholar och Google. Sökord som använts är makeup, smink, youtube, sociala medier, skönhet, video och filmning. De tidigare forskningarna hittades på DiVa, Theseus, Google och Google Scholar.

Birgisdóttir och Smitterberg Rosvall (2011) har gjort en studie om hur man på bästa sätt går till väga för att marknadsföra sig själv genom sociala medier. I studien har hon använt sig av informanter som alla har ett kreativt yrke exempelvis skådespelerska,

makeup-artist, DJ och frilansfotograf. Resultatet visar att alla använder sig av sociala medier i sin marknadsföring, populärast är Facebook. Majoriteten finns också på andra sociala medier såsom twitter, youtube och bloggar. Alla informanter i studien upplever att de går in i olika roller på de olika medierna, beroende på hur de vill bli uppfattade. De anser att det är bäst att hålla en lägre och mer professionell profil på medierna eftersom de är jobbrelaterade. Det lyfts även fram att det är bra att framstå som en positiv och social yrkesman eftersom man lätt kan knyta samt upprätthålla kontakter genom kanalerna.

Abbestam och Sköld (2011) har undersökt hur man bygger sitt varumärke genom sociala medier. Undersökningen är begränsad till människor som arbetar inom PR- och informationsbranschen, dessutom är det endast twitter och bloggar som sociala medier som undersöks. Resultatet av studien visar att sociala medier är en plats där man nätverkar med andra samt att man gärna skall skapa en profil som kombinerar den professionella personligheten med det privata. Enligt forskningen samverkar båda kanalerna med varandra. I den här studien ser man bloggen som den ursprungliga kanalen medan twitter anses vara ett viktigt supplement för att göra reklam som hänvisar till bloggsidan. Bloggen beskrivs som ditt levande digitala CV där man skapar inlägg som stöder de påstådda kunskaperna man sägs ha. Man understryker hela tiden vikten i att arbeta och framstå som professionell inom sitt område.

Albertsson och Arningsmark (2012) har i en studie om hur företag figurerar på sociala medier tagit reda på skillnader mellan sociala medier och inom vilka ramar företagen bör förhålla sig till på sociala medier. Resultatet av studien visar att företagen bör marknadsföra sig på flera sociala medier men i olika utsträckningar beroende på vilket socialt medie det handlar om. Studien visar också vikten av att marknadsföra sig på sociala medier och varför företagen bör hålla konsumenterna uppdaterade regelbundet. På facebook och Google+ bör företagen ge mera information och vikt i sina inlägg medan de på twitter bör ge mindre fakta och bara uppdatera sina följare. Att spamma, alltså att publicera för mycket och för ofta, är inte att rekommendera för företag på sociala medier, eftersom detta gör att konsumenterna tröttnar och skapar en negativ bild av företaget. Studien visar att företag på sociala medier bör hålla en jämn uppdatering regelbundet.

Fred (2015) har gjort en studie i om åskådarna på youtube litar mera på en youtubeare med ett varumärke bakom sig eller en youtubare som inte har något varumärke alls. Resultatet av studien visar att trovärdigheten hos en youtubeare med ett varumärke bakom sig är betydligt lägre än om youtubearen inte har ett varumärke bakom sig. Antalet visningar på klippet utgjorde inte lika stor skillnad på trovärdigheten. Detta betyder alltså att youtubeare med ett varumärke i längden tappar sina åskådare och prenumeranter på grund av sitt varumärke, medan youtubeare utan varumärke lättare når ut till sina åskådare och därmed ökar intresset på klippet.

Sui (2015) har forskat i hur man med hjälp av praktiska strategier kan maximera trafiken till sitt online videomaterial på sociala mediet Youtube. Resultatet visar att genom att projicera positiva känslor till åskådaren är det också en större sannolikhet att hen kommer att uppskatta klippet och i bästa fall dela vidare till sina kontakter på sociala medier. De populäraste viderona på youtube idag består av komedi, parodi, djur, positiva känslor, informativa how-to videor samt historier om framgång. Sui klargör även att det inte går att betala sig till popularitet på youtube, eftersom populariteten avgörs genom hur lång tid besökaren stannar kvar på klippet.

Aghaee (2010) har i sin forskning studerat hur elever använder sig av sociala medier i sin utbildning samt vilka begränsningar som kan ha uppstått. Resultatet visar att de flesta använder sig av någon form av social media i sina studier. Antingen används sociala medier som mötesplats för att samarbeta med andra studeranden eller för att söka information, youtube och skype är exempel på några. Nackdelen kan vara att kontakt via internet inte är lika effektiv som direkt kontakt, ansikte-mot-ansikte är. Slutsatsen är ändå den att sociala medier är ett bra komplement till den vanliga inlärningsprocessen.

London (2014) Skrev en artikel om hur brittiska kvinnor idag väljer att gå till youtube för att lära sig mera om smink och öka sin kompetens för att göra en perfekt sminkning. London skriver om hur dagens sociala medier ökat intresset för att ta perfekta selfies, alltså bilder på sig själv. Man vill se så vacker och ungdomlig ut som möjligt. På grund av detta berättar London att år 2014 kollade 41 procent av brittiska kvinnor sminkvideor på youtube. 61 procent av dessa kvinnor går in dagligen för att lära sig mera om smink

och följa sina favoritkanaler. Vad kvinnorna söker mest på är hur man gör smokey eyes, skulptering av ansiktet och hur man fyller i sina ögonbryn. Artikeln summerar att skönhetskanaler ger en ärligare bild av produkter och att kvinnorna som ser videorna litar mera på skönhetskanalerna än retuscherade reklambilder i tidningar.

Garcia & Lorena (2016) har gjort en forskning och en manual för hur man i Finland kan skapa en framgångsrik Youtubekanal utan att göra någon som helst ekonomisk investering. Resultatet visar att det är fullt möjligt att skapa en framgångsrik kanal så länge man är beredd att lägga ner mycket tid. De kom även fram till att det är viktigt med bra beskrivningar för varje klipp eller en lockande rubrik. Dessutom nämner de att det är bra att vara synlig på andra sociala medier, eftersom det ger synlighet och på så sätt skapar en större trafik till klippen.

Etcoff, Stock, Hayley, Vickery & House (2011) gjorde en studie om hur människan reagerar annorlunda på färg i ansiktet på samma sätt som djur dras mera till olika färger. Med denna studie undersöktes det om människor dras mera till ett sminkat eller osminkat ansikte. I studien visades fyra olika bilder på samma kvinna med ett osminkat ansikte, ett ansikte med naturligt smink, ett ansikte med professionellt smink och ett ansikte med glamoröst (dramatiskt) smink. Studien visade att människor fattade ett större intresse för bilderna där kvinnorna hade smink. Resultatet av studien visar att alla sminkningar var mer omtyckta än utan smink men skillnaden mellan sminkningarna varierade åskådarens omdöme och man drogs mera till olika sminkningar. Sammanfattningsvis ser man mera trovärdig ut med smink i ansiktet.

Wiseman (2014) skrev en artikel om hur skönhets videobloggare ökar på youtube och hur det ändrar stora skönhetsindustrins sätt att marknadsföra sig på. Wiseman tar upp information om hur stora företag utnyttjar skönhetsbloggares ökning på youtube för att få synlighet och gratis reklam. Av de få som faktiskt tjänar stora pengar på sina videobloggar om skönhet får youtube halva summan av pengarna som kommer in på reklam. De stora företagen som sponsrar skönhets videobloggare går på miljonvinster tack vare den ökade videobloggs trenden och många skönhets bloggare gör gärna reklam utan att tjäna pengar bara de får gratis produkter. Artikeln gav en bra inblick i hur stor del av marknadsföringen som stora företag använder sig av skönhets

videobloggare på youtube och hur skönhetsbloggare går miste om stora pengar de inte vet om att de skulle kunna få.

Sammanfattningsvis kan man se att Birgisdóttir och Smitterberg Rosvall (2011) i sin studie tagit reda på hur man bäst går till väga för att marknadsföra sig själv i sociala medier. Resultatet visar att informanterna går in i olika roller för hur de vill bli uppfattade. Abbestam & Sköld (2011) har undersökt hur man bygger sitt varumärke genom sociala medier, resultatet visar att man för bästa resultat skall uppvisa en kombination av både den professionella och privata sidan. I en studie om hur företag bör förhålla sig till sociala medier visar Albertsson & Arningsmarks (2012) resultat att företag bör marknadsföra sig på flera sociala medier i olika utsträckning. Fred (2015) har i sin studie tagit reda på om åskådarna på youtube litar mera på en youtubare med ett varumärke bakom sig eller en youtubare utan ett varumärke. I resultatet kommer det fram att youtubaren utan ett varumärke är mera pålitlig. Resultatet av Suis (2015) studie om hur man kan maximera trafiken till sitt videomaterial på youtube visar att genom projissering av positiva känslor till åskådaren är det större sannolikhet att klippet sprids vidare. Dessutom menar hon att de populäraste klippet består av komedi, parodi, djur, positiva känslor, informativa how-to videor samt historier om framgång. I aghaees (2010) forskning får man läsa att elever använder sig av sociala medier i sina studier och att detta är ett bra komplement till den vanliga inlärningsprocessen. I en artikel om hur brittiska kvinnor använder sig av youtube för att lära sig mera om smink, skriver London (2014) att 41 procent av de brittiska kvinnorna tar hjälp av sminkvideor på youtube. Garcia & Lorena (2016) har gjort en manual för hur man i Finland skapar en framgångsrik youtube kanal utan ekonomisk investering. Resultatet visar att det är fullt möjligt så länge man lägger ner mycket tid på kanalen. Etcoff, Stock, Hayley, Vickery & House (2011) gjorde en studie om hur människan reagerar på ett sminkat versus osminkat ansikte. Resultatet visar att ett sminkat ansikte är mera tilltalande än ett osminkat. Slutligen beskriver Wiseman (2014) hur skönhetsvideobloggare har ökat på youtube och hur det ändrar skönhetsindustrins sätt att marknadsföra sig på. Artikeln visar att stora företag utnyttjar skönhetsblogger till sin egen vinning i marknadsföringssyfte.

5. Metoder

Metoder som respondenterna har använt sig av är dokumentstudier, enkät och filmning som datainsamlingsmetod samt innehållsanalys som dataanalysmetod. Dokumentstudier valdes för att genom datainsamlingsmetod samla in fakta om smink och praktiska saker som är bra att tänka på när man skapar en youtubekanal. Innehållsanalysen valdes för att respondenterna skall ha kunskap i att analysera insamlad data.

5.1 Dokumentstudier

Ordet dokumentstudier användes till en början till sådan information som var nedtecknad eller tryckt. Upplagans storlek och spridning hade ingen betydelse. Dokument finns i olika former, exempelvis register, statistik, privata handlingar samt litteratur. I takt med att tekniken har utvecklats har även informationen börjat sparas på andra sätt, t.ex. med hjälp av filmer, bandupptagning och fotografier. Det är viktigt att välja dokument som ger en så heltäckande bild som möjligt, man kan inte bara välja ut material som passar ihop med egna tankar och upplevelser (Patel & Davidson, 1994, s67-69; Olsson & Sörensen, 2007, s.87; Bell, 2000, s. 62).

Om man bara använder sig av vissa fakta, är det lätt att materialet inte blir riktigt tillförlitligt. För att få ett så bra resultat som möjligt måste man reflektera kring sådan information som motsäger sig de egna resultaten och se det man studerar ur flera olika synvinklar. Man behöver förhålla sig kritiskt till den information man använder sig av. I praktiken innebär det att man måste fundera kring upphovsmannen till dokumenten, kan hen ha haft någon yttre påverkan när hen skrivit dokumenten eller fanns faktisk kunskap inom området eller var hen olärd. Det är viktigt att hitta originaldokumenten så att man får en så tillförlitlig källa som möjligt (Patel & Davidson, 1994, s67-69; Olsson & Sörensen, 2007, s.87).

5.2 Enkätstudie

Information kan även samlas in genom enkätstudier, dvs. genom frågeformulär. En enkätstudie är ofta sammankopplad med formulär som sänds ut per post, men även så kallad enkät under ledning” finns att tillgå, där är man närvarande då svarspersonen fyller i frågorna så att man kan vara till hjälp under svarsprocessen. Det är syftet med forskningen som avgör hur enkätstudien struktureras, hur svarspersonerna väljs ut och hur svaren sedan analyseras (Patel & Davidson, 1994, s.73-74; Kristensson, 2014, s.80).

Det är viktigt att tänka på frågornas uppbyggnad i en enkät så att informanterna ger svar på det man tänkt. Man måste således vara insatt i arbetet och noga tänka efter hur frågorna formuleras. Man bör undvika frågor som kan vara ledande på något sätt, det bästa är att vara så neutral som möjligt i frågeställningen (Bell, 2007, S. 137-138).

Enkätstudier finns även i fler variationer eftersom de skall anpassas till de behov som behövs. En enkät kan vara anonym och då innebär det att ingen har möjlighet att veta vem som har besvarat frågorna. Det framkommer varken med namn, nummer eller liknande vem som har besvarat en fråga (Patel & Davidson, 1994, s.73-74).

5.3 Filmning

För att skapa en bra film behöver man inte använda sig av professionella kameror. Det viktigaste är ljud och ljus för att uppnå bra kvalitet på slutresultatet. För att filma behöver man en digital kamera. En smarttelefon kan man göra bra filmer med, men vill man ha ännu bättre kvalitet kan det vara bra att investera i en digitalkamera som har filmfunktion och en inbyggd mikrofon. Kameran behöver man som grund för att filma. För att uppnå ännu bättre kvalitet bör man köpa ljusskärmar och en extern mikrofon. Bra ljus kan man bygga själv genom att använda sig av byggnadslampor. Man bör också investera i ett stativ till kameran för att få en stadig bild och hålla kameran i rätt höjd och på rätt plats genom hela filmen (Connolly, 2015, Cade, 2015).

Att börja filma kräver planering. Det första steget efter att man skaffat kamerautrustning är att välja en plats att filma på. Platsen bör vara ren och enkel med bra dagsljus. Då man skall göra en film till youtube bör man tänka på att dela in filmen

i tre delar. Dessa tre delar är introt, filmen och outrot. Den första delen, introt, som beskriver vad filmen kommer att handla om och som fångar åskådarens intresse. Den andra delen är själva filmen som man vill göra och den tredje delen är outrot som tackar åskådaren och bjuder in till att följa kanalen. (Schmoyer & Eves, 2013, Connoly, 2015, wedmore, 2013).

Kvalitet går före kvantitet i de flesta fall och detta gäller även filmer. Att göra ett bra förarbete och en grundlig research är A och O för en bra film. Man bör låta processen ta sin tid i både för och efterarbete för att nå ett bra slutresultat. Man bör också välja vilken publik man vill nå ut till, vem målgruppen är och en röd tråd som man håller genom hela filmen (Connoly 2015, Schmoyer & Eves, 2014).

5.4 Innehållsanalys

Innehållsanalys som metod kan användas på vilken "text" som helst och innebär att man, som namnet säger, analyserar innehåll i texter på ett stegvist och systematiskt sätt. Metoden lämpar sig oavsett om det handlar om skrift, bilder eller ljud. Innehållsanalysen avslöjar vad som är relevant och vad som prioriteras i texten genom t.ex. speciella ord eller idéer och hur ofta samma saker upprepas eller i vilken ordning de förekommer. Man kan även analysera de värderingar som skildrats, både positiva och negativa samt hur genomtänkt och logisk texten är. Innehållsanalys som metod fungerar bäst när kommunikationen är direkt, enkel och påtaglig. Den blir något felaktig när underförstådda meningar bearbetas, alltså när texten bygger på något som redan har blivit sagt eller inte sägs alls (Denscombe, 2009, s.307-309; Forsberg & Wengström, 2008, s.150; Kristensson, 2014, s. 142).

Innehållsanalysen tolkas på olika nivåer, latent och manifest, oftast i kombination med varandra. Manifest tolkning innebär att likheter eller skillnader identifieras medan latent innehållsanalys innebär att man hittar betydelsen, meningen eller det som finns under ytan. Det är viktigt att innehållsanalysen sker med syftet i fokus. Man vill försöka besvara undersökningsfrågorna. Processen sker stegvis med fokus på att hitta gemensamma kategorier och underkategorier för påståenden som liknar varandra. Målet är att hitta en övergripande mening och skapa en huvudkategori. Enligt Henricson (2014) innebär innehållsanalysen en strukturerad process med ett resultat som inte är påverkat på grund av att skribentens analys varit selektiv, en utomstående

skall alltså kunna komma fram till samma resultat. Det som i huvudsak görs är att man försöker hitta likheter, skillnader och mönster (Kristensson, 2014, s.142-145; Henricson, 2014, s.204-206).

5.5 Undersökningens praktiska genomförande

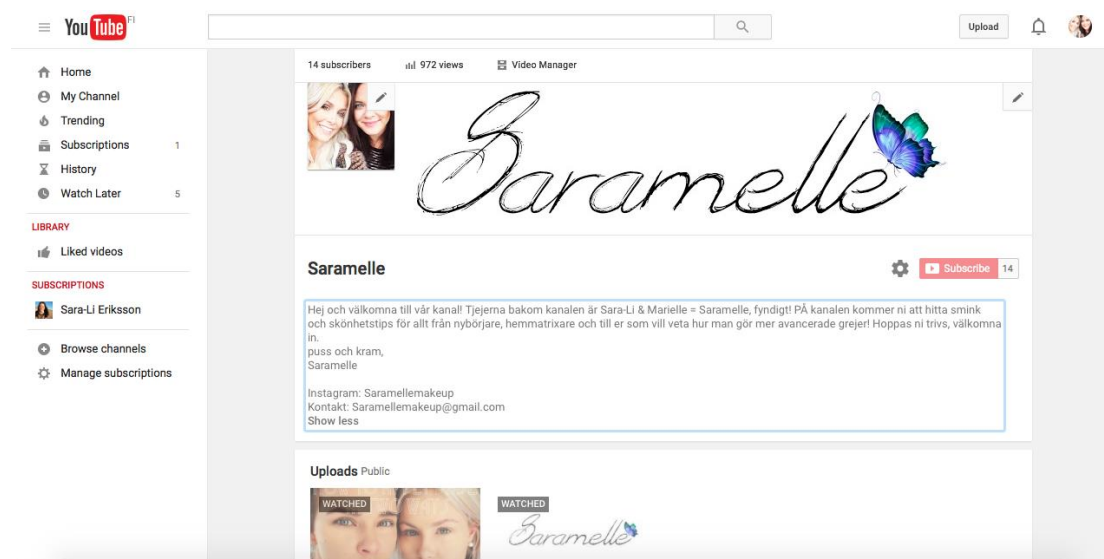
Respondenterna började med att läsa in sig på grunderna inom makeup, för att på ett så lätt sätt som möjligt kunna förklara tillvägagångssätten för åskådarna på youtube kanalen. Respondenterna läste också in sig på hur man startar upp en kanal på Youtube, samt hur man på bästa sätt når ut till åskådarna och får en ökande trafik till sin kanal. Därefter startades kanalen upp och döptes till Saramelle, en kombination av grundarnas förnamn. Målet med kanalen var att lära ut hur man gör grundmakeuper för nybörjare och personer som vill lära sig nya tekniker. Respondenterna filmade själva den sminkvideon som sedan kom upp på kanalen. För att redigera videon till kanalen tog respondenterna hjälp av personer med den kunskapen och studerade andra videohandledningsfilmer inom redigeringsämnet på Youtube. För att nå ut till personer delade respondenterna länken till videon på de sociala medierna Facebook och Instagram. Detta gjorde att respondenterna nådde ut till sin målgrupp. För att veta vad åskådarna tyckte om klippet gjordes en enkät som informanterna fick besvara. Svaren analyserades och sammanställdes.

6. Resultatredovisning och tolkning

I detta kapitel kommer respondenterna att redogöra för resultatet enligt följande uppställning, först hur man bygger upp en youtubekanal, därefter analysera enkätsvaren gjorda av den uppbyggda kanalens åskådare. Enkätanalysen görs med hjälp av metoden innehållsanalys som beskrivs i kapitlet om metoder. Respondenterna valde att ha både resultat och tolkning i samma kapitel eftersom detta var mest logiskt för detta arbete. Resultatet redogörs först och därefter kommer tolkningen.

6.1 Hur skapas en youtubekanal

Respondenterna valde att göra en grundlig beskrivning, med hjälp av bilder, för hur man går till väga när man startar en kanal på youtube. I den teoretiska grunden har respondenterna beskrivit vad man skall tänka på då man startar upp en youtubekanal inom makeup. Ämnen som tas upp är bland annat är **skapandet av en kanal, kamerautrustning, ljud, ljussättning, redigering och makeupgrunder.**



Figur 5. Sidhuvud. (Eriksson & Westerlund. 2016; Youtube. 2016).

För att på det enklaste sättet **skapa** en youtube kanal behöver man skapa ett konto via google för att sedan skapa sin kanal. Då man skapar kanalen bör man veta vilken inriktning och vilket namn kanalen skall ha. Man bör tänka på att välja något man är intresserad av, eftersom att det är tidskrävande att upprätthålla en kanal. Respondenterna anser att det är viktigt att man skapar ett namn som är lätt att komma ihåg och inte provocerande. När kanalen är aktiverad är följande steg att skapa kanalens layout. Layouten inkluderar sidhuvud, profilbild och kanalbeskrivning

Basharat (2014) säger att det enklaste sättet att starta en kanal på youtube är att registrera sig via google för att få ett gmail konto och med detta gå till youtube.

Enligt Aschmedia (2014) är det viktigt att nischa sig inom ett område man är intresserad av när man startar en kanal. När användarnamnet väljs är det viktigt att det är lätt att stava och enkelt att komma ihåg. Dessutom bör det inte vara provokativt.

Respondenterna har även noterat att intro och outro är viktiga för att få åskådaren att stanna och se klippet färdigt och för att sedan börja prenumerera på kanalen. Det är också bra att vara synlig på andra sociala medier för att öka trafiken till kanalen.

Schmoyer och Eves (2014) poängterar att man bör satsa på introt och outrot i klippet. Detta gör att åskådaren vill se klippet färdigt. De första 3-7 sekunderna är viktigast för att få åskådaren att fastna för klippet.

Respondenterna anser att **kamerautrustningen** inte behöver vara så avancerad då man börjar filma. Det viktigaste är att man har en bra inspelningsplats med bra ljus, så att färgerna i videon blir klarare och av bättre kvalitet. Det går bra att filma med en vanlig systemkamera, alltså behöver man inte använda sig av en filmkamera om man inte vill. Det kan vara bra att införskaffa sig en extern mikrofon för att få bra och tydlig **ljudkvalitet**. Men viktigast är ändå att man inte har störande ljud i bakgrunden.

Wedmore (2013) Säger att ljuset är viktigare än en professionell kamera och att bakgrunden inte bör vara stökig. Han säger också att en mikrofon är nödvändig och att man bör stänga av all elektronik i rummet man filmar för att undvika brus.



Figur 6. Thumbnail. (Eriksson & Westerlund. 2016; Youtube. 2016).

Respondenterna har lärt sig att **redigering** av film tar mycket tid och att det är bättre att börja med ett mindre avancerat program. Då man laddar upp ett klipp är det bra att ha på privat inställning för att ha tid att i lugn och ro fylla i textboxen och ladda upp thumbnail, det vill säga bilden som beskriver klippet.

Sarah (2014) anser att det kan bra för nybörjare att starta med ett mindre avancerat redigeringsprogram och sedan känna efter om man behöver och vill investera i ett professionellt redigeringsprogram. Schmoyer och Eves (2014) poängterar att man skall hålla klippet privat tills all text och thumbnail är uppladdat. En thumbnail skall vara snygg och inspirera. Nu kan man göra klippet offentligt.

6.2 Analys av videohandledning

Här kommer respondenterna redovisa resultatet av enkätundersökningen som gjordes på klippet om hur man applicerar en perfekt bas. Med hjälp av innehållsanalys har svaren kategoriserats och analyserats.

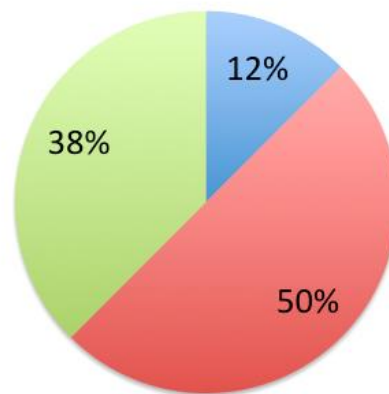
Till bakgrundsfakta till enkäten hör ålder, som varierade från 12 till 52. Kön och bostadsort var inte relevanta för oss. Denna enkätundersökning har 16 informanter och samtliga har besvarat alla frågor.

6.2.1 Layout

Respondenterna ville ta reda på hur informanterna upplevde klippets utseende, dvs. introt, outrot, övergångar och helheten.

Vad tyckte du om layouten

■ Intressant ■ Bra ■ Snyggt och stilrent



Samtliga informanter har fått ett positivt intryck av layouten. Svaren visar att 12% ansåg att layouten var intressant, 38% tyckte att den var snygg och stilren och resterande 50% svarade att den var bra.

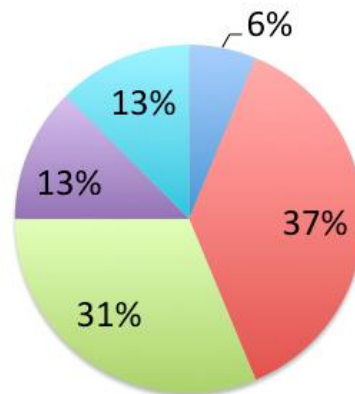
Schmoyer och Eves (2013) säger att det är viktigt att ha en bra intro till videon för att fånga åskådarens uppmärksamhet. Dessutom påpekar de att det är viktigt att ha en lockande thumbnail.

6.2.2 Sminkguide

Respondenterna ville ta reda på informanternas åsikt om hur sminkguiden var. Avsikten med frågan var att ta reda på om informanterna fick den information som de var ute efter och om guiden fyllde sitt syfte.

Hur upplevde du sminkguiden

■ Intressant ■ Fick ny kunskap ■ tydlig
■ Efterlängtdad ■ Inspirerande



Resultatet visar att 37% fick ny kunskap, 31% ansåg att handledningen var tydlig, 13% tyckte att klippet var efterlängtdad och lika stor andel ansåg att det var inspirerande. Den sista 6% upplevde sminkguiden intressant.

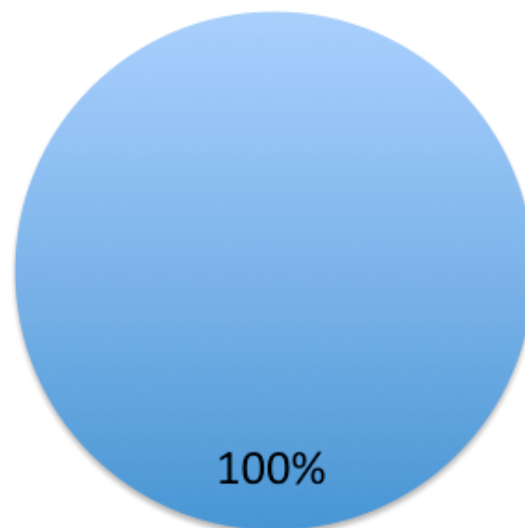
Wedmore (2013) anser att det är viktigt att göra bra research innan man börjar på med ens filmprojekt. Detta kan tolkas tillbaka till resultatet genom att respondenterna har samlat på sig mycket kunskap innan start. Därför har informanterna upplevt sminkguiden som bra och givande.

6.2.3 Utlärning

För att ta reda på om respondenterna kunde nå ut med ny kunskap, ställdes frågan om informanterna lärde sig något av klippet.

Vad lärde du dig av klippet?

■ Ny kunskap



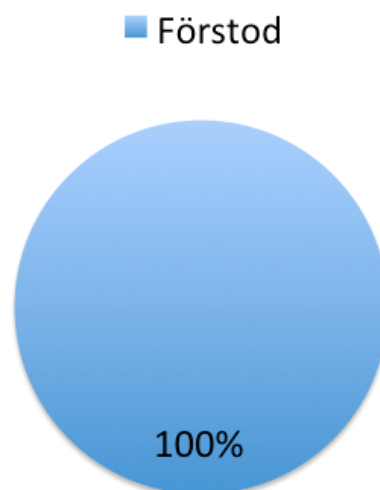
Svaret var enhetligt och samtliga 16 informanter hade besvarat frågan med att de fick ny kunskap. Exempelvis så hade många fått ny kunskap om hur olika produkter används. Några hade svarat att de lärt sig nya appliceringstekniker.

Med samma förkunskap som Wedmore (2013) poängterat, kan man i detta resultat se att respondenternas förarbete och insamling av kunskap bidragit till att informanterna också lärt sig något nytt.

6.2.4 Förståelse

Respondenterna ville ta reda på om de var tydliga i sin handledning. Alltså ville respondenterna ta reda på om informanterna förstod vad som lärdes ut.

Förstod du/ Förstod du inte vad de lärde ut?



Av alla 16 enkätdeltagare hade 100% svarat att de förstod vad som lärdes ut.

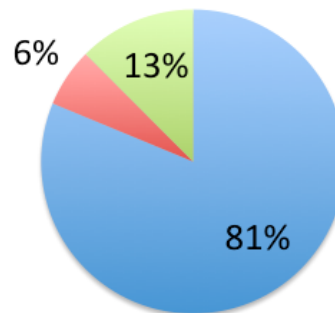
Ahmedia (2014) säger att det är viktigt att man är intresserad av det ämnesområde man valt att presentera. Detta kan man då tolka tillbaka till att respondenter varit insatta och tydliga i sin handledning vilket ledde till att informanterna förstod.

6.2.5 Språk och tal

För att ta reda på handledarnas sätt att uttrycka sig, exempelvis tydlighet, tempo, branschspråk, ställdes följande fråga till informanterna.

Hur upplevde du deras sätt att prata? Ex. Tydlighet, snabbt/långsamt, branschspråk

■ Tydligt ■ Snabbt ■ Vackert



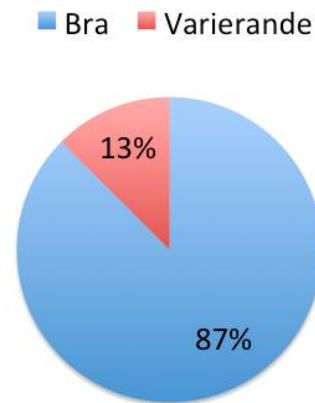
Resultatet visar att 81% ansåg att språket och handledningen var tydlig. Av informanterna hade 13% svarat att språket var vackert och 6% ansåg att handledarna pratade för snabbt.

Schmoyer och Eves (2013) poängterar att man skall satsa på kvalitet på sina videor. Detta anser respondentera också är relevant för hur man uttrycker sig med språket och använder korrekt svenska.

6.2.6 Kameravinklar

Med den här frågan ville respondentera ta reda på om kameravinklarna var bra. Såg man hur sminkningen skulle förverkligas.

Hur upplevde du kameravinklarna, såg du hur du skulle förverkliga sminkningen?



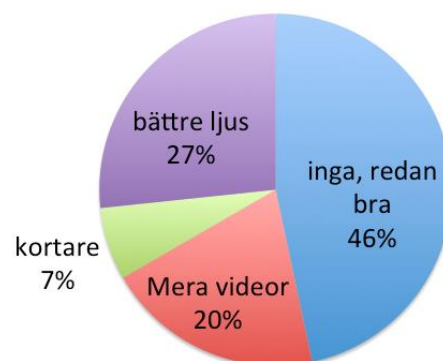
Av informanterna hade 87% svarat att kameravinklarna var bra och 13% att de var varierande.

Sarah (2014) och Wedmore (2013) anser att det är bra att använda sig av ett stativ till kameran för att få en så stadig och skarp bildkvalitet som möjligt. Detta kan även tillämpas för att få bra kameravinklar.

6.2.7 Förbättring

Respondenterna ville med följande fråga veta om informanterna hade förbättringsförslag till kommande klipp. Var det något som saknades eller kunde något göras bättre.

Vilka förbättringsförslag har du?



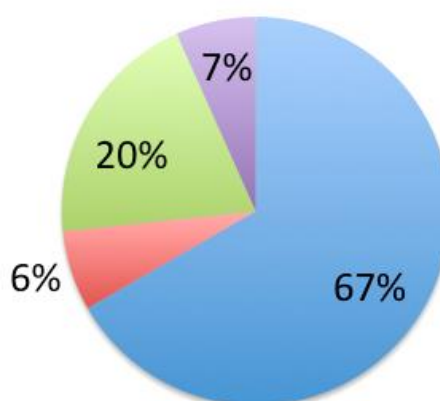
Majoriteten av informanterna, 46%, hade svarat att de inte hade något förbättringsförslag, utan ansåg att klippet redan var tillräckligt bra. Handledarna borde ha bättre ljus, ansåg 27%. Mera videor hade 20% önskat, 7% önskade att klippet skulle ha fått vara kortare. En person hade svarat att hårfärgen på handledarna borde uppdateras. Denna åsikt valdes bort eftersom den inte är relevant.

Connoly (2015) och Wedmore (2013) säger att det är viktigt att ha bra ljus i sina videor och att man gärna skall investera i bra lampor. Annars är dagsljus det allra bästa. Av informanterna var det 19% som önskade ett bättre ljus i klippet.

6.2.8 Tillägg

Till sist ställdes en öppen fråga om informanterna ville tillägga något, eventuell positiv eller negativ kritik.

Har du något att tillägga?



Av resultatet framkom att 6% ville se ett klipp med festsminkningar, 7% ville få reda på mer fakta om handledarna och 20% önskade fler videor. Resterande 67% hade inget att tillägga.

London (2014) skriver i sin artikel att brittiska kvinnor gärna går till Youtube för att ta reda på hur man sminkar sig. Därför är det bra att uppdatera regelbundet för att tillfredsställa besökarna.

6.3 Sammanfattning av resultatet

Sammanfattningsvis kan man konstatera att informanterna var positiva till layouten. Sminkguiden upplevdes som efterlängtat, intressant och inspirerande. Det framkom tydligt att informanterna fick ny kunskap av klippet och att de förstod vad som lärdes ut. Dessutom kan man konstatera att det är viktigt att prata tydligt och med ren svenska. Kameravinklarna var bra vilket gjorde att informanterna såg hur de skulle förvärliga sin sminkning. Som förbättringsförslag föreslogs att det skulle komma fler klipp mer regelbundet, ljuset skulle förbättras och klippet kunde eventuellt vara lite kortare. Slutligen kan man tillägga att önskemål fanns om att en guide på festsminkning och en mer personlig video om handledarna skulle komma.

7. Kritisk granskning

I den kritiska granskningen kommer respondenterna att kapitel för kapitel analysera vad som har gått bra och vad som har gått mindre bra. Har respondenterna stött på några större problem under skrivandeprocessen och vad skulle ha gjorts annorlunda.

Med arbetet ville respondenterna redogöra för hur man startar en Youtubekanal med inriktning på makeup. Syftet var att lära ut grunderna i makeup för nybörjare genom videohandledning. För att ta reda på hur åskådarna har upplevt klippet fick utvalda åskådare besvara en enkät som respondenterna sedan analyserat. Syftet gav en klar inblick i vad arbetet kommer att handla om och har gett respondenterna ett bra stöd under arbetets gång. Respondenterna anser även att syftet var väl genomtänkt och inom

rimliga ramar för ett lyckat utförande. I arbetet lyckades respondenterna få svar på forskningsfrågorna.

I den teoretiska grunden gick respondenterna genom grunderna inom makeup samt hur man förverkligar en kanal på Youtube. Litteratur har delvis varit lättillgängligt men inom vissa områden har det varit svårare att hitta relevant fakta, eftersom många böcker inte hunnit med internets framfart. Respondenterna har därför i arbetet valt att använda sig av en del källor från Youtube eftersom det varit mest relevant till syftet för detta arbete. Litteraturen har i det stora hela varit lätt att hitta i uppdaterade upplagor. Där det har uppstått svårigheter är där olika författare har haft olika personliga tolkningar om makeuptekniker och redskap. Respondenterna upplevde att det var svårt att från en professionell synvinkel förklara tillvägagångssätten på en så enkel nivå som möjligt, både i textform och genom videohandledning. Ytterligare kan man tillägga att det har varit svårt att på ett så enkelt sätt som möjligt kunna förklara i text hur man gör de olika stegen i basmakeuper. Respondenterna upplever att oberoende vilken litteratur man läser är det väldigt svårt att veta hur man skall göra om man inte både får se med egna ögon hur det går till eller själv övar på makeupen. Endast textbeskrivningar känns aningen bristfällig men är ändå en bra grund att börja från.

Att starta Youtubekanalerna gick snabbt och var problemfritt. Eftersom namnet på kanalen på förhand var bestämt och användaren endast behöver fylla i efterfrågade uppgifter. Namnet på kanalen, Saramelle, som är en kombination av respondenternas förnamn innehåller de tre viktigaste komponenterna för ett lyckat användarnamn på Youtube. Namnet är lätt att komma ihåg då det rimmar på karamell, det är lättstavat och det är inte kränkande i någon form. Det som krävde mer tid och tanke var skapandet av layouten, kanalbeskrivningen och introt till klippet. Layouten till hela kanalen bestämdes enligt hur respondenterna ville att introt skulle se ut, detta för att skapa en röd tråd genom hela kanalen.

Att hitta tidigare forskning upplevde respondenterna som mycket svårt eftersom att makeup inte är erkänd vetenskap och Youtube är relativt nytt, vilket leder till att inte så många forskningar gjorts som passar ihop med detta arbetets syfte. Trots motgångar i sökandet anser respondenterna att de hittat bra och relevanta tidigare forskningar. De tidigare forskningarna som valdes ut är både artiklar och examensarbeten skrivna av

branschmänniskor. Respondenterna lyckades inte tolka tillbaka så mycket som önskat till de tidigare forskningarna men de anser ändå att dessa forskningar kompletterar arbetet och är nödvändiga.

Att skriva om filmning upplevde att var svårt att hitta fakta till. Det fanns mycket information om verktyg och hur man redigerar, men inte hur man faktiskt filmar från grunden. Detta kanske beror på att det idag anses vara en sak man borde veta och inte behöver lära sig. Det blev lite upprepning från den teoretiska grunden i filmning. Detta för att den mest relevanta fakta behövdes till båda delarna.

Respondenterna valde dokumentstudier som datainsamlingsmetod och enkätstudie valdes för att ta reda på åskådarnas åsikter om klippet, eftersom dessa metoder var mest lämpliga för arbetet. Enkätstudien som metod ansågs ge den ärligaste responsen, vilket hjälper vidare utveckling av kanalen. Innehållsanalys som metod hjälpte respondenterna att strukturera upp enkätsvaren för att sedan få ett resultat.

Inspelningsplatsen som valdes ut hade många fönster, vilket gav ett bra, naturligt dagsljus. Det som skapade problem med att ha en naturlig ljuskälla var de få timmarna som gav ett bra dagsljus, detta gav en begränsad inspelningstid. Respondenterna skulle ha kunnat använda externa ljuskällor men ingen budget fanns för sådana inköp. Bakgrunden i klippet var väldigt avskalad, vilket gav ett lugnt och stilrent intryck. Respondenterna hade dock önskat ha ytterligare någon form av dekoration på väggen bakom videohandledarna. På grund av för liten budget fanns det ingen möjlighet att införskaffa en extern ljudkälla, detta resulterade i sämre ljudkvalitet på klippet. Eftersom kameran i det infilmade klippet balanserade på uppstaplade böcker hade ett stativ för kameran underlättat filmningsprocessen, då hade man fått rätt höjd och en stadigare bild. Redigeringen av klippet tog mer tid än väntat och det krävde tålamod och tid att lära sig funktionerna i redigeringsprogrammet. Introt till videon var välkomnande och berättade vad klippet skulle innehålla. Det som skulle kunna förbättras är övergångarna mellan videosekvenserna och ett längre outro som uppmanar åskådarna att prenumerera på kanalen.

Respondenterna anser att de på ett objektiva sätt kunde analysera resultaten av enkätundersökningen. I efterhand skulle de ha valt att ha en större informantgrupp för

att få ett mer omfattande och också ett mer trovärdigt resultat än vad de fick nu. De flesta hade svarat ganska samma och väldigt kortfattat. Frågorna kunde ha utformats ytterligare så att man hade fått ett mer omfattande svar. Man skulle t.ex kunna tillägga i svaren att de skall förklara och motivera varför de svarat som de gjort. Respondenterna anser ändå att de fick både positiva och negativa kommentarer att ta i beaktande till framtida klipp. Det som också kan vara en orsak till de korta svaren är att informanterna haft tid att lägga på att ge så uttömmande svar som möjligt eller helt enkelt inte är vana vid att ge enkätsvar och därför inte vet vad som önskas av en informant.

8. Diskussion

I detta kapitel kommer respondenterna att fritt diskutera examensarbetet ur deras synvinkel. Respondenterna kommer att reflektera och analysera kring arbetet och arbetsprocessen dessutom kommer de att ge forskningsförslag till vidare forskning.

Den största upptäckten vi gjorde med vårt arbete var hur extremt mycket tid man behöver lägga ner på att hålla igång en youtubekanal. Vi var beredda på att det kommer ta tid, men absolut inte så mycket som det faktiskt gjorde. Nu har vi en helt annan förståelse för dem som har sina kanaler som heltidsjobb, för det är just vad det är, ett heltidsjobb. Det räcker inte med att sitta framför kameran och filma hur man gör en makeup utan man behöver först förbereda sig otroligt mycket så att allt går smidigt och blir tydligt i videon. Dessutom skall man bygga upp en liten studio med kamera, bra belysning och hitta de rätta vinklarna. Processen slutar inte här, när videon äntligen är filmad så skall man börja klippa ihop allt och lägga till musik, som inte får vara skyddad av upphovsrättslagen.

I det stora hela har det varit ett roligt projekt att jobba med. Det har varit mycket givande för oss att gå in på de absoluta grunderna inom makeup. Vi har då fått backa tillbaka några steg och själva bygga upp en ännu stadigare grund med våra kunskaper. Dessutom har vi lärt oss otroligt mycket när det kommer till själva uppbyggnaden av

en youtubekanal. Det är så många steg som vi inte räknat med, men som är så otroligt viktiga för att den skall bli så bra som möjligt.

Vi hade nog lite för stora krav på oss från början som blev svåra att uppnå och då tappade vi även bort lite av motivationen. Helst skulle vi ju ha sett att våra klipp blev lika snyggt gjorda som de största youtubarna som finns just nu. Men verkligheten kom ifatt oss och vi fick inse att vi inte kan förvänta oss att vara på samma nivå. Dels för att vi inte har tillgång till samma utrustning eller blir sponsorerade av alla världens sminkmärken som gör att klippen kan bli lika mångsidiga.

Något som vi inte heller hade tänkt så mycket på är att man gärna skall vara naturlig framför kameran. Ingen av oss hade direkt någon erfarenhet av detta så till en början fick vi jobba hårt för att det inte skulle se alltför tillgjort ut. Vi är glada över att vi gjorde den här forskningen eftersom den gett oss väldigt mycket. Vi hoppas att i framtiden ha möjlighet att fortsätta jobba med kanalen så att den kan bli större och mer omfattande för en svensk sminkguide behövs.

Vidare forskning inom det här området kunde vara att göra mer avancerade makeuper och utveckla en kanal så att den blir mer omfattande inom skönhet. Man kunde också gå djupare in på marknadsföringen av en youtubekanal. Vilka sociala medier skulle vara bäst att marknadsföra kanalen på? Det skulle också vara intressant att undersöka vad elever tycker om handledningsvideor i undervisningen. Uppskattas det eller inte?

Källförteckning

Ahmedmia, S. [SuperSafTv]. (2014, 28 december). How to Start a Successful YouTube Channel - Top Tips [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=9uEnH1mvkc>

Basharat, H. [TheHelpTimes]. (2014, 21 juli). How To Create/Set Up a YouTube Channel – YouTube Guide [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=8IorfhhYf7I>

Cade, S. [DSLRguide]. (2015, 30 Maj). How to Use Any Camera For Filmmaking [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=TLnmb07WQ-s>

Campsie, J. 1998. *Hår & Make-up*. Köln: Könnemann Verlagsgesellschaft mbH.

Connolly, R. [Film Riot]. (2015, 24 mars). Quick Tips: DIY Lighting Kit! [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=qSTGnl7HHao>

Denscombe, M. 2009. *Forskningshandboken*. (2. Uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Etcoff, N., Stock, S., Haley, L., Vickery, S. & House, D. 2011. *Cosmetics as a Feature of the Extended Human Phenotype: Modulation of the Perception of Biologically Important Facial Signals*. Rockville Pike: Public Library Science.

Eves, D. & Schmoyer, T. [Video Creators]. (2014, 13 februari). How To Grow with 0 Views and 0 Subscribers [Videofil]. Hämtad från https://www.youtube.com/watch?v=boBex_v3_eA

Forsberg, C & Wengström, Y. 2008. *Att göra systematiska litteraturstudier*. (2. Uppl.) Stockholm: Natur och Kultur.

Högfeldt, M. 2015. *Make up*. Stockholm: Bonnier fakta.

Johnson, K. [Kandee Johnson]. (2014, 15 december). Lip Plumping Hack

[Videofil]. Hämtad från
https://www.youtube.com/watch?v=lsT0fUw_xUg

Johnson, K. [Kandee Johnson]. (2014, 30 december). How To Contour Like A Contouring Artist [Videofil]. Hämtad från
<https://www.youtube.com/watch?v=5uSG7KT9zIE&index=1&list=WL>

Johnson, K. [Kandee Johnson]. (2013, 15 januari). Red Velvet Lips | Kandee Johnson [Videofil]. Hämtad från
<https://www.youtube.com/watch?v=yr-gDp2hx54>

Johnson, K. [Kandee Johnson]. (2012, 6 september). TOP 7 Makeup Tools Everyone NEEDS! | Kandee Johnson [Videofil]. Hämtad från
<https://www.youtube.com/watch?v=2UxWO7s6UEI>

Kristensson, J. 2014. *Handbok i uppsatsskrivande och forskningsmetodik*. Stockholm: Natur och Kultur.

London, B. (2014). *Meet the vloggers making millions from make-up tutorials: Beauty videos reach the 700 million hits a month mark*. Dailymail.

<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2583445/Meet-vloggers-making-millions-makeup-tutorials-Bauty-videos-reach-700-million-hits-month-mark.html> (Hämtat: 01.04.2016)

Lorena, T & Garcia, I. 2016. YouTube as a business, My Suomi Finland's Channel. Jyväskylä: Degree Programme in Music and Media Management.

Mason, L. 2008. *Eye candy*. New York: Watson-Guption Publications.

Olsson, H & Sörensen, S. 2007. *Forskningsprocessen: Kvalitativa och kvantitativa perspektiv*. Stockholm: Liber AB

Patel, R & Davidson, B. 1994. *Forskningsmetodikens grunder*. (4. Uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Perkins, D. [Desi Perkins]. (2016, 28 mars). HOW TO CLEAN MAKEUP BRUSHES | BEAUTY BLENDERS [Videofil]. Hämtad från
<https://www.youtube.com/watch?v=ehYvrutRefM>

Ririnui, J., Cooke, S., Wood, R., Sugar, J., Villasenor, B., Dahlbeck, L., Bass, J., Corfield-Smith, S-J., Chung, Y. & Roper, C. 2013. *Makeup is art*. London: Carlton Books Limited.

Sarah, K. [Kristen Sarah]. (2014, 28 mars). HOW TO MAKE A YOUTUBE VIDEO [Videofil]. Hämtad från <https://www.youtube.com/watch?v=23zsML5D6N4>

Sofia, M. 2006. *Smink 18+*. Västerås: ICA bokförlag.

Vaara, R. 2013. *Meikki, itselle ja ammatiksi*. Porvoo: Edita Publishing Oy.

Jyväskylän ammattikorkeakoulu, University of Applied Science.

Wedmore, J. [James Wedmore]. (2013, 22 oktober). DIY Video Studio - How to Set Up Your Home Film Studio [Videofil]. Hämtad från https://www.youtube.com/watch?v=wYhT_ua3s7M

Wiseman, E. (2014). *Lights, camera, lipstick: beauty vloggers are changing the face of the make-up industry*. The Guardian.

<http://www.theguardian.com/fashion/2014/jul/20/beauty-bloggers-changing-makeup-industry>. (Hämtat: 01.04.2016).

Bilaga

Enkätfrågor för åskådarna av ett klipp på youtubekanalen Saramelle

Hej, vi skulle vara tacksamma om du ville utvärdera vårt videohandledningsklipp på vår Youtubekanal Saramelle. Svaren kommer användas till vårt examensarbete som vi gör om kanalen. Du är helt anonym så vi hoppas att du besvarar frågorna så ärligt som möjligt. Allt du behöver göra är att klicka dig in på länken till klippet, som du hittar här nedanför, och sedan besvarar våra enkätfrågor. Tack för att du tar dig tid att besvara våra frågor.

Ålder:

Länk till klippet du skall utvärdera: <https://www.youtube.com/watch?v=gQuNlcinEGw>

1. Vad tycker du om layouten på klippet?
2. Hur upplevde du sminkguiden?
3. Vad lärde du dig av klippet?
4. Förstod du/förstod du inte vad de lärde ut?
5. Hur upplevde du deras sätt att prata? Ex. Tydlighet, snabbt/långsamt, branschspråk
6. Hur upplevde du kameravinklarna, såg du hur du skulle förverkliga sminkningen?
7. Vilka förbättringsförslag har du?
8. Har du något att tillägga?

Tack för dina svar!

