

MISS DANMARK

ET MODSÆTNINGSFULDT IDEAL



Kandidatspeciale, Kommunikation 10. semester. Vejleder: Lars Pynt
Josefine Løvig Rasmussen, studienr: 20171308, jlra17@student.aau.dk
Anslag: 191,921 ≈ 80 normalsider

ABSTRACT

Although beauty pageants have never had the same mass appeal in Denmark as they seem to have in countries such as the USA, they haven't completely faded into vague, kitschy nostalgia either. The pageant "Miss Danmark" seems to have been thriving on its own in the periphery of the public eye for almost a century. This thesis investigates the pageant seen as a platform for a gendered performance of a feminine ideal.

Additionally, this thesis sees the ambassadors, judges and contestants of the pageant as cultural manufacturers, who construct and reconstruct the competition's feminine ideal through a relational discourse about looks, styling, clothes, behavior, values etc. I apply a discourse analysis of the communication originating from Miss Danmark's website and Facebook site, as well as of interviews with contestants, mentors and judges found in the documentary *Miss Perfect* (2019). I am interested in investigating which understandings of ideal femininity are expressed as normative, which qualities are emphasized, and which are reprimanded.

Furthermore, I investigate the structure of the pageant. The feminine ideal is also constructed and reconstructed through the pageants structure, as it contains certain mandatory requirements for participation, a number of disciplines in which the contestants' performance can be judged, a number of rounds with different dress and rules, and a system in which certain performances are celebrated through sashes, prizes and high placements in the competition, while others are not.

In examining the competition's structure and discourse, I have found that the feminine ideal presented in the pageant is ridden with internal contradictions: The participants are required to be confident yet humble, sweet but driven, sexy but not sexual, gentle yet competitive. They must adhere to a discourse, where beauty is articulated as coming from within, yet they must be very beautiful. They must praise the competitions inclusiveness in relation to body types, but must simultaneously appear toned, slim and tall. They must be ambitious and driven in everything they do, and yet still express humble gratitude in the face of any achievement.

By examining this feminine ideal through the lense of Douglas Holt's theory of Cultural Branding, I have found that this ideal may present some identity value to a certain group of consumers. The beauty pageant as an institution can be argued to serve as a platform on which myths related to female success are played out. I can conclude that the Miss Danmark pageant offers a myth related to female success, which appeals to young women by supporting a narrative in which perfection is obtained rather than innate. Through hard work, dedication to the right values and through the correct dress and styling, ordinary girls are transformed into queens and subsequently take center stage in the spotlight at a public event, where they are celebrated and adored. Furthermore, the myth can be used by certain consumers to smooth over tension between their identity project and the national ideology: The ideal Miss Danmark has the confidence to disregard her peers' and general society's attitude and criticism. The pageant offers a space in which women can live out their girlhood fantasies without being judged or constricted by the Danish society's pressure to conform. Lastly, the pageant represents a strong community of women, who share similar interests and find companionship with each other.

INDHOLDSFORTEGNELSE

INDLEDNING	4
PROBLEMFORMULERING	6
BIDRAG TIL FELTET	6
HISTORIE.....	7
STRUKTUR	8
LITTERATURREVIEW	10
TIDLIGERE UNDERSØGELSER AF SKØNHEDSKONKURRENCER	10
DISKURSBEGREBET	15
ANALYSEVÆRKTØJER	20
DISKURSANALYSE	20
KULTUREL BRANDING.....	23
EMPIRI	25
DISKURSANALYSE	28
KAPITEL 1 – SKØNHEDSDRONNINGENS KROP	28
DELKONKLUSION	39
KAPITEL 2 - SKØNHEDSDRONNINGENS VÆRDIER	39
DELKONKLUSION	49
KULTUREL BRANDING	51
KAPITEL 3 – SKØNHEDSDRONNINGENS MYTEMARKED	51
KAPITEL 4 – SKØNHEDSDRONNINGEN SOM IDEAL	64
KONKLUSION	71
LITTERATURLISTE	73

INDLEDNING

Miss Danmark er en skønhedskonkurrence, som efter en dokumentarudsendelse fra DR i efteråret 2018 har modtaget en del opmærksomhed. I denne dokumentar fremhæver ambassadører for konkurrencen ofte, at konkurrencen ikke kun handler om det ydre, at den hjælper med at “empower” kvinder, og at den viser, at skønhed er mangfoldig. Samtidig må kvinder ikke deltage, hvis de er gift, har børn, har optrådt nøgne, er over 25 år gamle¹ (Miss Danmark, n.d., *Krav...*), og i dokumentaren ses det også, at deltagerne ikke selv kan bestemme over deres styling af hår og makeup (DR, 2019, ep. 2). Dette virker umiddelbart modstridende, og konkurrencens kommunikation (og eksistens) indeholder fra et feministisk synspunkt en del problematikker.

Trods feministisk kritik lader det til, at skønhedskonkurrencer yder en vis tiltrækning på det overvejende kvindelige publikum, og konkurrencen eksisterer stadig i dagens Danmark 94 år efter, at den første “frøken Danmark” konkurrence blev afholdt i 1926. Skønhedsdronningen eksisterer som et ikon i mange forskellige historiske og kulturelle kontekster. Heather Williams, der har undersøgt en række lokale skønhedskonkurrencer i Amerika, skriver om skønhedsdronningen:

“She performs for her audience a version of feminine perfection, creating in one woman the expectations put in place for all women, even as these expectations are impossible to obtain. These expectations constitute a feminine ideal” (Williams, 2009, 1).

Deltagerne kan ifølge Williams siges at performe et *feminint ideal* – dette speciale indtager samme standpunkt og vil fremover benytte samme betegnelse. Konkurrencen er en bedømmelse af og søgen efter perfektion i fremtoning, opførsel og værdier, og kvinderne konkurrerer om at opfylde konkurrencens forventninger til den perfekte kvinde. 30 kvinder får chancen for at træde ind i rollen som skønhedsdronning, og til sidst udvælges den, som udfylder rollen bedst. Selvom dette feminine ideal varierer fra Danmark til Nigeria, fra Miss World til Miss Universe, og fra 1920’erne til 2010’erne, så er der en række kvaliteter, der lader til at gå igen: Dronningen skal være ydmyg, taknemmelig, interesseret i volontørarbejde, hendes krop bør ikke være for stor, hendes fysiske fremtoning bør være velplejet og perfekt, hun skal være ung og uden (synlige) romantiske bånd til mænd, hun må ikke have optrådt nøgen eller på anden vis kunne klandres for at være uanstændig, hun skal være smilende og positiv, og ikke mindst skal hun elske at blive fremvist på scenen (Williams, 2009, 1).

Det kan virke indlysende, at skønhedskonkurrencens struktur objektiverer kvinder, og at de fleste forskere derfor ser skønhedskonkurrencer som problematiske. Som Watson og Martin skriver i introduktionen til bogen “There She Is, Miss America” (2004), så gøres den kvindelige krop i konkurrencen til genstand for observation, og der kommenteres på deltagernes ansigtstræk, benlængde, hår, catwalk og make-up. Watson og Martin fremsætter, at skønhedskonkurrencer som institution kan hævdes at umenneskeliggøre kvinder, idet de måler kvinders værd udelukkende på deres fysiske udseende. (Watson & Martin, 2004, 2). Af samme grund kunne

¹ Miss Danmark har den 30. marts 2019 offentliggjort på Facebook, at de udvider aldersgrænsen for tilmeldingen til 2019, så deltagere nu må være 17-27 år gamle. (Miss Danmark Facebook, 2018g)

man spørge sig selv: Hvorfor overhovedet studerer skønhedskonkurrencer? Er svaret ikke givet på forhånd?

I introduktionen til bogen "The Most Beautiful Girl in the World" kommenterer Banet-Weiser, at andre akademikere ofte har beskrevet hendes undersøgelser som "fun" (Banet-Weiser, 1999, 4). "Fun" på den måde, at skønhedskonkurrencer er fjollede, og ikke kalder på seriøs, akademisk undersøgelse. Nogle vil opfatte det at skrive eller forske i en institution, der så åbenlyst undertrykker og objektiverer kvinder, som spild af tid. Andre igen ser det som vigtigt at nærstudere fænomenet med det formål at bekæmpe dets negative påvirkninger på samfundet. Begge disse forståelser positionerer deltagerne som undertrykte eller uoplyste, idet de ser skønhedskonkurrencerne som trivielt fjollet eller som et samfundsmæssigt problem. Begge forståelser afvises gentaget i medierne af deltagerne selv, der ofte er højtuddannede og velartikulerede, og som overbærende fortæller, at de aldeles ikke er undertrykte (se eksempelvis indslag i Godmorgen Danmark: Miss Danmark Facebook, 2018a). Dette kan gøre det svært at rette nogen reel kritik imod konkurrencen.

Nogle vil indvende, at det heller ikke er nødvendigt at bruge tid på at rette systematisk kritik imod konkurrencen, da skønhedsdronningen er et forældet kvindeideal, der efterladt alene vil falme langsomt og forsvinde med historien. Dette argument understøttes af det svindende seertal. I USA bliver konkurrencen ikke længere sendt på den store kanal ABC, der solgte rettighederne til visning af konkurrencen til TLC efter et rekordlavt seertal på 9.8 millioner seere i 2004 (Moraes, 2004), og seertallet er siden faldet til 4.3 millioner i 2018 (Fitzgerald, 2018). I Danmark bliver konkurrencen ikke sendt på tv, men seerne kan følge med live på Facebook, hvor optagelsen bliver liggende efter showets afslutning. Af denne grund er der ikke nogen officielle seertal for Miss Danmark². På trods af konkurrencens faldende popularitet i disse kontekster vil jeg argumentere for, at skønhedskonkurrencen kan benyttes som en case, der kaster lys over en nutidig tendens til, at en objektivering af den kvindelige krop og et fokus på kvinders fysiske fremtoning bliver retfærdiggjort ved hjælp af argumenter hentet fra en nutidig, liberal feminisme³. Ambassadørerne beskriver konkurrencen som en hyldelse af det feminine, hvor deltagerne kan efterleve deres prinsessedrøm uden at bekymre sig om janteloven og uden at blive set negativt på (Miss Danmark, n.d. *Ofte...*). Kvinders interesse i at efterleve et - i nogles øjne forældet - feminint



17-årige Jeanette Christiansen vinder Miss Danmark i 1965 og bliver sidenhen model og kunstner i Paris

² Facebook muliggør en optælling af visninger, men det giver ikke nødvendigvis et akkurat billede af seertallet. Konkurrencen fra 2018 er opdelt i 4 videoer, og de har i skrivende stund (11. marts 2019) henholdsvis 16.000, 5.800, 2.600 og 7.400 visninger

³ Med "nutidig, liberal feminisme" henviser jeg til Dow's beskrivelse af en feminisme, som "emphasizes individualism, self-actualization and achievements within existing social hierarchies" (Dow, 2003, 145)

ideal, bliver beskrevet som en målorienteret og ambitiøs generobring af det feminine. Jeg finder dette både interessant og samfundsrelevant at undersøge nærmere.

Dette speciale beskæftiger sig med konstruktionen af den version af et feminint ideal, som kommunikerer i den danske konkurrence, selvom der undervejs vil trækkes tråde til skønhedskonkurrencer i andre geografiske og kulturelle kontekster. Jeg vil overtage Mattsson og Petterssons (2007) perspektiv, hvor skønhedskonkurrencen og dens kommunikation undersøges som en diskurs. Konkurrencen ses som en platform, hvor normer for ideale, feminine egenskaber (re)konstitueres, nationale myter bliver (gen)opført, og spørgsmål vedrørende nationale tilhørsforhold bestemmes (Mattsson & Pettersson, 2007, 234).

Projektets analyse er todelt. Den første del vil undersøge, hvordan konkurrencens struktur og diskurs konstruerer et feminint ideal. Her vil det blive undersøgt hvilke præstationsmæssige krav, der findes i konkurrencens struktur, blandt andet gennem en undersøgelse af hvilke delkonkurrencer deltagerne bliver bedømt i, hvilke krav, der er for deltagelse, og hvilke kvaliteter, der ekskluderes og inkluderes i udvælgelsesprocessen. Derudover vil afsnittet bero på en diskursanalyse, der har til formål at klarlægge de forståelser af ideel femininitet, der udtrykkes som normative i Miss Danmark konkurrencens kommunikation. Specialet ser arrangørerne og ambassadørerne for konkurrencen som kulturelle producenter, der igennem en relationel diskurs omkring udseende, tøj og opførsel skaber en idealiseret model for femininitet.

Resultatet af analysens første del danner fundament for del to: En analyse af konkurrencen ved hjælp af Douglas Holts teori om kulturel branding. Jeg finder teorien og dens begreber vedrørende myter, mytemarked og identitetsværdi anvendelig, idet jeg ser Miss Danmark konkurrencen som en platform, hvor myter baseret på et kønnet ideal for individuel, feminin succes udspiller sig. Formålet med denne del af analysen er at muliggøre en refleksion over, hvordan konkurrencen kan indeholde en værdi for nogle deltagere. Jeg vil desuden diskutere, hvorvidt konkurrencens idealiserede model for femininitet⁴ løser svagheder ved andre prominente modeller i samfundet.

PROBLEMFORMULERING

Hvordan konstrueres et feminint ideal gennem Miss Danmark konkurrencens struktur og diskurs, og hvilken værdi kan dette feminine ideal indeholde for forbrugeren set fra et perspektiv orienteret i Douglas Holts teori om kulturel branding?

Nøgleord: Miss Danmark, kulturel branding, diskurs, kritisk diskursanalyse, feminisme, femininitet, ideal, skønhedskonkurrence, beauty pageant, myte, mytemarked

BIDRAG TIL FELTET

En søgning efter akademisk litteratur, der omhandler skønhedskonkurrencen Miss Danmark, har efterladt mig uden resultater. Jeg er overrasket, da jeg personligt synes, at skønhedskonkurrencen som institution er spændende at undersøge og desuden kalder på akademisk interesse i forbindelse med de feminine idealer, der præsenteres. Disse idealer er af kritiske røster i medierne blevet beskrevet som forældede og seksualiserende (Nielsen, 2018), men ingen af de

⁴ I tråd med Douglas Holts begrebsapparat vil jeg anskue konkurrencens feminine ideal som en "model" (Holt, 2004)

udtalelser, som jeg har fundet, bygger på en reel eller gennemgribende undersøgelse af den kommunikation, der udgår fra Miss Danmark organisationen. Dette ser jeg som en vidensmangel.

Størstedelen af de tilgængelige artikler, der omhandler Miss Danmark, udgår fra enten tabloidpressen eller lokale/regionale dagblade omhandlende en lokal deltager⁵. Det kan være svært at finde akademisk litteratur, selv når det kommer til store og mere populære skønhedskonkurrencer som Miss America:

“Surprisingly, considering the fascination surrounding beauty culture, studies of the Miss America Pageant are not plentiful and, not unsurprisingly, many are what one might term “coffee table books,” filled with glorious, full page pictures of the winners smiling adoringly in their tiaras and sashes” (Williams, 2009, 26).

Jeg vil argumentere for, at det er den akademiske verdens rolle at undersøge og forholde sig kritisk til de feminine idealer, der bliver kommunikeret i medierne, og måden, hvorpå de kommunikeres.



Helena Christensen repræsenterede Danmark til Miss Universe konkurrencen i 1986, men opnåede ikke placering

HISTORIE

Miss Danmark konkurrencen har eksisteret siden 1926, først under navnet Frøken Danmark, og siden under det mere internationale Miss Danmark. Konkurrencen blev oprindeligt arrangerede af magasinet ”Vore Damer”, som opfordrede unge kvinder til at melde sig til konkurrencen med disse ord:

“Ingen blomst må mangle i denne buket af landets smukkeste kvinder, hverken den jyske hedes mørke melankolske skønhed, Vendsyssels kække ungmø, den trofaste sønderjyske pige, Fyens muntre datter eller Sjællands blide, unge kvinde.” (Twiggy, n.d.)

Frøken Danmark konkurrencen fungerede som en markedsføring af magasinet. Konkurrencen har altså et kommercielt afsæt, ligesom den amerikanske pendant, der i 1921 skulle markedsføre en populær badeby og få badegæsterne til at blive lidt længere (Lascala, 2014). Siden (og også før) er en overflod af forskellige skønhedskonkurrencer kommet til verden. De fire største omtales populært som “The Big Four”⁶, og Danmark har historisk set sendt deltagere videre til de to ældste af disse, navnlig Miss World og Miss Universe (Miss Danmark, n.d., Ofte...). I 2004 blev

⁵ Søgning på Informedia ”Miss Danmark” i alle perioder (foretaget 28. august 2019): 1174 webkilder, 691 regionale og lokale dagsblade, 550 landsdækkende aviser, 243 lokale ugeaviser, 153 magasiner.

⁶ Miss Earth (2001–nuværende)

Miss International (1960–nuværende)

Miss Universe (1952–nuværende)

Miss World (1951–nuværende)

Miss Danmark konkurrencen splittet i to for bedre at kunne forberede deltagerne specifikt til disse to store konkurrencer, og dermed opstod Miss World Danmark og Miss Universe Danmark (Miss Danmark, n.d., *tidligere...*). Disse to konkurrencer blev administreret og afholdt af to forskellige parter, og Miss World Danmark blev hurtigt den mest populære. Den nuværende direktør for Miss & Mister Denmark organisationen, Lisa Lents, vandt Miss World Danmark i 2008 og blev National Director for konkurrencen året efter. I 2013 opkøbte Lents licens til at sende deltagere til Miss Earth, og i 2015 købte hun rettighederne til at holde den officielle, nationale konkurrence for Danmark - dermed blev Miss World Danmark blot til Miss Danmark. Det er Miss Danmark konkurrencen 2015-2018 som dette speciale beskæftiger sig med.

I 2018 opkøbte Lents rettighederne til Miss International, Miss Grand International, Miss Supranational og Miss Universe, og deltagere fra Miss Danmark blev sendt videre til alle disse, inklusiv mindre konkurrencer som Miss VM og Miss Tourism Queen International (Miss Danmark, n.d., *Skønhedskonkurrencer*).

Opkøbet af licensen til Miss Universe betyder, at Lents fra 2019 vil caste deltagere til to separate konkurrencer, som igen er tilbage til at hedde Miss World Danmark og Miss Universe Danmark. Det betyder desuden, at Lisa Lents i spidsen for Miss & Mister Denmark stort set har



Winnie Hollman kåres til Miss Danmark 1970. Hun får senere barn med den kendte skuespiller Jack Nicholson. Til venstre ses Susanne Bjerrehus, der blev 1st runner up

monopol på skønhedskonkurrencer i Danmark. Danmark har aldrig vundet hverken Miss World eller Miss Universe. Danmarks sidste top 15 placering i Miss Universe var i 2007, mens vi skal helt tilbage til 1992 for at se en top 15 placering i Miss World (Lempimissit, n.d.). Lents håber ved samlingen af konkurrencerne under én organisation at ændre på denne statistik (Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*). Enkelte danskere som Maria Hirse og Helena Christensen har formået at starte en professionel modelkarriere efter deltagelse i konkurrencen.

STRUKTUR

Miss Danmark deltagerne optræder på en scene foran et publikum i et to timers langt show. Deltagerne bliver ifølge hjemmesiden bedømt ud fra et samlet indtryk af både castings, fotoshoots, bootcamps, den obligatoriske velgørenhedsmiddag og selve finaleshowet (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Under finaleshowet fremvises deltagerne i tre forskellige slags påklædning: Først i et hjemmelavet nationalkostume, derefter i bikini og til sidst i aftenkjole. Bikini-runden har været omdiskuteret på nationalt plan gennem de seneste par år, og flere konkurrencer - blandt andet Miss America og Miss World - har valgt at afskaffe den (Criss & Hassan, 2018). Showet indeholder derudover kåringer i tolv forskellige delkonkurrencer, en mængde indslag med bag-om-scenen videoer, og en række danseopvisninger til at fylde pauserne.

DELKONKURRENCER

1. Miss Sport

Obligatorisk disciplin, hvor deltagerne forud for finaleshowet har gennemført en fysisk udfordrende forhindringsbane.

2. Miss Beauty With A Purpose

Obligatorisk disciplin, som uddeles til den kvinde, der har valgt det mest værdige velgørenhedsprojekt.

3. Miss Talent

Valgfri disciplin, hvor deltagerne forud for finaleshowet fremviser og bedømmes på et talent. I 2018 drejede det sig om flere forskellige former for dans, akvarelmaling, håropsætning og makeu-plægning (Miss Danmark Facebook, 2018b)

4. Miss Natural Beauty

Obligatorisk disciplin indført i 2018, hvor den smukkeste makeup-fri kvinde vælges ud fra et forudgående fotoshoot.

5. Miss Top Model

Obligatorisk disciplin, hvor kvinden med den bedste catwalk kåres

6. Miss Beach Fashion

Obligatorisk disciplin, hvor kvinden, der har poseret bedst iført bikini på billeder, i video og på scenen, kåres

7. Miss Multimedia

obligatorisk disciplin, hvor kvinden, der på bedste vis har formidlet konkurrencens og egne værdier gennem videoer på sociale medier, kåres

8. Miss Congeniality

Speciel pris som bliver overrakt til den kvinde, som er mest åben, social, imødekommende, varm og hjælpsom

9. Miss Photogenic

Speciel pris, som finalisten modtager i forbindelse med en folkelig afstemning på Facebook ud fra deltagernes pressefotos

10. Miss Intelligence

Obligatorisk disciplin, hvor kvinden, der har klaret sig bedst i en forudgående test på paratviden, kåres

11. Best National Costume

Obligatorisk disciplin, hvor kvinden med det bedste hjemmelavede nationalkostume kåres

12. Læsernes favorit

Speciel pris finalisten modtager i forbindelse med en folkelig afstemning (Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*)



1 En deltager fremviser sit talent foran dommerpanelet, 2018

LITTERATURREVIEW

Følgende litteraturreview vil behandle to overordnede emner: Skønhedskonkurrencer og diskursteori. Først vil jeg gennemgå akademiske undersøgelser og værker, der enten har beskæftiget sig specifikt med skønhedskonkurrencer eller med konstruktionen af feminine idealer. Denne gennemgang er opdelt i efter temaer, som relaterer sig til analysens resultater. Disse eksisterer ikke som opdelt i hverken litteraturen eller analysen, men jeg vil her præsentere dem adskilt for overblikkets skyld. Gennemgangen har til formål at kaste lys over specialets forskningsobjekt og forklare, hvordan specialet vil bidrage til den eksisterende viden. Herefter vil jeg behandle diskursbegrebet og gennemgå to tilgange hertil, navnlig Faircloughs og Laclau & Mouffes.

TIDLIGERE UNDERSØGELSER AF SKØNHEDSKONKURRENCER

PERFORMANCE

Begreberne performance og performativ bliver i dette speciale brugt til at beskrive forskellige former for optræden og praksis. I dette afsnit vil jeg gennemgå eksisterende akademiske undersøgelser af skønhedskonkurrencer, og jeg vil klargøre, hvordan begreberne bliver brugt.

De unge kvinder, som deltager i Miss Danmark, kan siges at performe i en form for teaterforestilling, idet de bidrager til iscenesættelsen af et eksisterende manuskript. Begrebet performance bliver her brugt bogstaveligt til at beskrive opførelsen af en form for teater: Deltagerne optræder på en scene foran et publikum, de benytter sig af delvist indøvede replikker og fuldt ud indøvede måder at bevæge sig på og placere sig kropsligt på scenen. Konkurrencens forskellige faser og discipliner er fastlagt på forhånd og går igen hvert år. Kroningsritualet er et godt eksempel på dette: Vinderens overvældelse, de manicurerede hænder, der flyver op og dækker munden i et øjeblik vantrø, andepladsens hjertevarme lykønskninger, det tårevædede, smilende ansigt under kronen, og så den sidste, triumferende catwalk alene i spotlyset. Både de deltagende og publikummet kender manuskriptet, og det bliver fulgt med kun få afvigelser år efter år.



Amanda Petri få minutter efter sin kroning i 2017

Et eksempel på en akademisk undersøgelse, der benytter begrebet performance til at beskrive skønhedskonkurrencen som en forestilling, er Maginnis' afhandling "Fashion Shows, Strip Shows and Beauty Pageants: The Theatre of the Feminine Ideal" (1992). Maginnis ser skønhedskonkurrencen som et teater, hvis format er tilpasset fremvisningen af det feminine ideal. Hun sammenligner skønhedskonkurrencer med modeshows og stripshows, og hun argumenterer for, at de tre slags forestillinger tilhører den samme genre - omend de præsenterer forskellige

feminine idealer, der er tilpasset det respektive publikum. Jeg vil i dette speciale overtage Maginnis syn på skønhedskonkurrencen som et teater, hvor der foregår en performance.

Selvom det ikke er alle akademiske værker på området, der direkte sammenligner konkurrencen med et teater, så bliver det ofte taget for givet, at konkurrencen fungerer som en platform for performance af femininitet (Maginnis, 1992; Banet-Weiser, 1999; Boyd, 2001; Dow, 2003; Parameswaran, 2004; Banet-Weiser & Portwood-Stacer, 2006; Mattsson & Pettersson, 2007; Williams, 2009; Faria, 2010; Balogun, 2012; Gilbert, 2016; Mihăilă, 2017). Her bevæger vi os ind på den anden betydning af begrebet performance, hvor der refereres til det mere abstrakte koncept omkring performance af køn. Denne performance er ikke begrænset til deltagernes optræden på scenen, men omfavner også deres performance af femininitet i hverdagslivet: Deres mål og ambitioner i livet, deres hobbyer, deres forhold til motion, krop og skønhed, deres vaner, hverdagsritualer, måder at klæde sig på, tale på, bevæge sig på etc.

I sin bog "Gender Trouble" argumenterer Judith Butler for, at køn af natur er performativt (Butler, 1999). Butler fortæller, at tilsynecomsten af kønnets "kerne" er produceret gennem en regulation af attributter i et kulturelt system af sammenhæng. Sagt på en anden måde, så er kønnets kerne i virkeligheden en illusion: Vores samfund kategoriserer attributter som enten maskuline eller feminine, og vores kønsidentitet bliver skabt gennem vores besiddelse af disse (Butler, 1999, 32-33). Det betyder, at køn er performativt. For at opretholde det binære kønssystem kræves det, at individer performer deres køn i overensstemmelse med kønssystemet. Denne performance gentages igen og igen, og gentagelsen er på én gang en genopførelse og en oplevelse af et sæt af betydninger, der allerede er etableret i samfundet (Butler, 1999, 178). Set fra dette perspektiv findes der ikke en kønnet identitet, som eksisterer før den kønnede handling. Butler skriver: "There is no gender identity behind the expressions of gender; that identity is performatively constituted by the very "expressions" that are said to be its results" (Butler, 1999, 33). Butler understreger, at køn dermed hverken kan være sandt eller falsk, originalt eller genbrugt. I dette speciale overtager jeg Butlers syn på køn som performativt.

Begrebet performance bliver altså både brugt til at beskrive kvindernes deltagelse i Miss Danmark konkurrencen som en teatralisk optræden, og til at beskrive deltagernes performance af køn. Det er her værd at nævne, at deltagernes kønnede performance af femininitet i hverdagslivet bliver fremhævet og vurderet som en del af konkurrencen.

NATIONALT IDENTITET

På Miss Danmark konkurrencens hjemmeside står der, at dommerne gennem konkurrencens forløb finder man frem til en vinder, som "repræsenterer den danske kultur og værdier på bedst mulig vis" (Miss Danmark, n.d., Om...). Jeg er interesseret i, om deltagernes performance kan siges at bidrage til et kønnet, nationalt ideal i en dansk kontekst.

Flere undersøgelser, der beskæftiger sig med skønhedskonkurrencer, diskuterer hvordan performancen af



Deltagerne får taget deres officielle pressefotos i badetøj foran det danske flag

femininitet er et projekt, der bidrager til en konstruktion af national identitet (Boyd, 2001; Mattsson & Pettersson, 2007; Faria, 2010; Balogun, 2012; Gilbert, 2016; Mihăilă, 2017). McClintock (1991), som refereres af flere af værkerne, fremsætter argumentet, at alle nationalismer er kønnede, og at forholdet mellem køn og nationalisme er umuligt at ignorere. Fokus i de oplyste værker er forskellig, men fælles for dem alle er, at skønhedskonkurrencer ses som en platform eller et medium, hvor kønnede nationale normer og idealer konstrueres og rekonstrueres gennem events, praksisser eller diskurser. Forskere, der beskriver denne gensidige konstruktion af køn og national identitet, har før argumenteret for, at kvinder i højere grad end mænd fungerer som både traditionelle kulturbærere og symboler på fremskridt og modernitet (Yuval-Davis et. al., 1997). Balogun (2012), Boyd (2001) og Faria (2010) uddyber dette perspektiv ved at benytte begrebet woman-as-nation til at beskrive den måde, hvorpå diskurser omkring femininitet og nationalisme er stort set uadskillelige. Balogun forklarer, at kvinder både fungerer som kulturelle bærere af tradition gennem troper omkring huslighed, moderskab og beskedenhed, og som symboler for modernitet gennem diskurser omkring arbejde, politik og seksualitet (Balogun, 2012, 358). Jeg finder disse overvejelser anvendelige, idet Miss Danmark konkurrencens ideal skal vise sig at indeholde en del spændinger mellem netop traditionalitet og modernitet.

Banet-Weiser et. al. bekræfter i bogen "The most beautiful girl in the world" (1999), hvordan nationale identiteter konstrueres og rekonstrueres i Miss America konkurrencen med det formål at skabe en symbolsk repræsentation af Amerikanske dyder og værdier. Jeg vil på lignende vis argumentere for, at den danske konkurrence kan ses som en platform, hvor en kønnet, nationalidentitet konstrueres ud fra en diskurs omkring ideelle dyder og værdier. Jeg vil bidrage til feltet ved at undersøge, hvordan Miss Danmark konkurrencens feminine ideal kan siges at bidrage til konstruktioner af danskhed. I denne forbindelse finder jeg det umuligt at ignorere spørgsmålet om etnicitet.

ETNICITET

I relation til det foregående afsnit om konstruktionen af et nationalt, feminint ideal, vil jeg i dette afsnit præsentere en række værker, som undersøger og diskuterer (re)præsentationen af etnicitet (Banet-Weiser et. al., 1999; Boyd, 2001; Carpenter, 2004; Parameswaran, 2004; Mattsson & Pettersson, 2007; Williams, 2009; Faria, 2010; Balogun, 2012; Gilbert, 2016; Mihăilă, 2017). Fælles for teksterne er, at konstruktionen af et nationalt, feminint ideal ses som et projekt, der bidrager til konstruktioner af etnicitet (foruden regionale tilhørsforhold, seksualitet, klassetilhørsforhold eller religion). Især etnicitet er et omdiskuteret emne, idet de to største skønhedskonkurrencer, Miss World og Miss Universe, historisk set har eksisteret i et land præget af racisme. Som Williams kommenterer, så opretholdt langt de fleste af de lokale skønhedskonkurrencer, som hun besøgte i USA, en konstruktion af "whiteness" gennem udvælgelsen og hyldesten af hvide eller lyshudede kvinder (Williams, 2009, 237).



Den første sorte skønhedsdronning i Miss America konkurrencen, Vanessa Williams, kronet i 1983. Miss America organisationen tvang 9 måneder senere Vanessa til at fratræde positionen pga. nøgenbilleder i hendes fortid

Mattsson og Pettersson forklarer, at nationale mytologier, der omhandler nationens historie og fremtid, reproduceres igen og igen, og derigennem bliver naturaliseret og taget for givet (Mattsson & Pettersson, 2007, 243). De argumenterer for, at Miss Sweden konkurrencen i 1950'erne fungerede som en arena for denne form for myte, hvor feminin skønhed blev sidestillet med "svenske" fysiske attributter, såsom blå øjne og blondt hår. Herigennem reproduceres ideologier og diskurser omkring etnicitet, og et specifikt svensk udseende gør hvidhed til et afgørende element i en mere generel følelse af nationalt tilhørsforhold (Mattsson & Pettersson, 2007, 240). Parameswaran undersøger på lignende vis, hvordan et specifikt "indisk" udseende konstrueres i Miss India, hvor etnisk hybriditet - en skønhed der er svær at placere som hverken kaukasiske, asiatisk, mellemøstlig eller sydamerikansk - understøtter et specifikt eksotisk,

internationalt look (Parameswaran, 2004, 365). Dermed udelukkes mørkhudede indiske kvinder fra det præsenterede ideal (Parameswaran, 2004, 365-366). I samme stil undersøger Faria, hvordan det feminine, nationale ideal præsenteret i Miss South Sudan udelukker lyshudede kvinder - især dem, som mistænkes for at have opnået deres lyse hud gennem populære, blegende cremer - idet konkurrencen hylder "sand" Afrikansk skønhed gennem ros og fokus på mørkhudede kvinder (Faria, 2010, 231-232).



Louise Henriksen (tv.) kronet til Miss Danmark 2018, men fratræder stillingen efter 6 dage. Tara Jensen (th.) udnævnes herefter til Miss Danmark, men fratages senere kronen, da hun udtaler sig negativt omkring Miss Danmark organisationen til pressen.

Jeg vil bidrage til feltet ved at undersøge, hvordan Miss Danmark

konkurrencen reproducerer diskurser omkring etnicitet i forbindelse med danskhed og skønhed, og om et specifikt "dansk" udseende dermed bidrager til en følelse af nationalt tilhørsforhold. Jeg vil desuden se på, hvordan piger med anden etnisk herkomst end dansk placerer sig i konkurrencen, og hvilken betydning dette har for det præsenterede ideal.

UNDERTRYKKELSE ELLER FRIGØRELSE

Ikke overraskende ser størstedelen af den feministiske litteratur skønhedskonkurrencer som undertrykkende og patriarkalske. I introduktionen kom jeg kort ind på, at der eksisterer et problem for den feministiske litteratur, når den affejer skønhedskonkurrencer som undertrykkende, sexistiske eller fjollede, idet det ikke lader til at skorte på deltagere, der er villige til at stå frem og forsvare deres egen position. Deltagerne er konkurrencens bedste forsvar imod anklager om undertrykkelse, da de fleste er både veluddannede, velartikulerede og - vigtigst af alt - deltager frivilligt og afviser feministisk kritik (Dow, 2003, 142). I stedet fremhæves konkurrencen som en vej til fremgang og succes for kvinder (Rappler, 2018). Fra dette synspunkt er konkurrencen ikke undertrykkende, snarere tværtimod: Kvinderne deltager frivilligt, realiserer deres drømme gennem konkurrencen, skaber nye muligheder for sig selv og hjælper andre gennem volontørarbejde, hvilket kan ses som empowerment af kvinder. Kvinderne bliver objektiviseret, men de selv har valgt - ligefrem kæmpet for - at blive objektiviseret på netop denne måde. Er det ikke hvad feminister altid har kæmpet for - kvinders ret til selv at vælge?

Dow beskriver, at når det først er etableret i mediernes diskurser, at deltagerne handler ud fra egen fri vilje og ikke føler sig udnyttet, må der drages en af følgende konklusioner: Enten er det disse velartikulerede, ambitiøse kvinder, der er hjernevaskede og blinde overfor deres egen undertrykkelse, eller også er det feministerne, der af jalousi eller stædighed holder fast i en forældet, ekstrem position, der ikke tillader den moderne kvinde at udleve sin feminine side (Dow, 2003, 144). Vi bevæger os her ind på et af de mere komplekse felter inden for studier i skønhedskonkurrencer og skønhedskultur generelt, nemlig spørgsmålet om kvinders agency inden for et patriarkalsk system.

Miss konkurrencerne eksisterer indenfor meget forskellige kulturelle og historiske kontekster, og det er forskelligt fra land til land, hvilke muligheder og roller kvinder har i samfundet. Skønhedskonkurrencen ses i flere lande som en valid karriere for kvinder, og kan dermed siges at tilbyde kvinder mulighed for at rykke opad i samfundet og dermed omgå de restriktioner, som patriarkatet pålægger dem (Parameswaran, 2004; Faria, 2010; Gilbert, 2015) Dertil kommer, at "Miss" konkurrencerne både støtter op om en række volontørprojekter, der støtter kvinder og kvinders rettigheder, og i flere lande desuden også tilbyder scholarships til kvinder, så de kan opnå uddannelse. I Danmark har deltagelse i Miss konkurrencen kun sjældent ført til en videre karriere, og det lave seertal og den generelle holdning til skønhedskonkurrencer i samfundet betyder, at kvinderne ikke kan siges at opnå denne form for succes gennem deres deltagelse. Så hvordan kan den danske konkurrence ses som bidragende til kvinders agency?



Amerikanske kvinder protesterer imod Miss Americas kvindesyn ved at smide kosmetik, BH'er og høje hæle i en skraldespand

Banet-weiser (1999) beskriver i den førnævnte bog "The most beautiful girl in the world: Beauty pageants and national identity", hvordan skønhedskonkurrencer fungerer som platforme for konstruktionen af kvindelige, liberale subjekter (Banet-weiser et. al., 1999, s. 207). Heri ligger der potentiale for agency. Hun beskriver, at det som "made it all worth it" for en af vinderne var, at en lille pige genkendte hende og fortalte hende, at hun var virkelig smuk (Banet-weiser, 1999, s. 101). I en anmeldelse af Banet-weisers bog kommenterer Maxine Craig, at det lader til, at deltagerne opnår en følelse af empowerment ved at have succes med at performe en værdsat form for femininitet (Craig, 2000, 1805). En vellykket performance - og en vellykket konstruktion af selvet som et feminint, liberalt subjekt - er fra dette perspektiv noget, der kan empower kvinder. I tråd med Banet-Weisers undersøgelser, beskriver Williams (2009) i "Miss Homegrown: The performance of food, festival and femininity in local queen pageants", at deltagerne ikke kun er bevidste om, at de performer deres køn, men at de finder det mentalt belønnende at deltage i konkurrencerne (Williams, 2009, 11). Ligesom Banet-Weiser argumenterer Williams for, at selve det at performe skønhedskonkurrencens feminine ideal kan være empowering for deltagerne.

Jeg vil med dette speciale forsøge at være åben over for den måde, som deltagerne forstår og udøver agency på. Samtidig vil jeg heller ikke være ukritisk for denne form for agency

begrænsninger, både i forhold til køn, etnicitet, klasse, seksualitet med mere. Jeg vil være åben for, at skønhedskonkurrencer og -kultur både kan tilbyde kvinder selvrealisering og nye muligheder for succes og individuel fremgang og sejr, samtidig med at den kan være undertrykkende og objektiviserende.

OPSUMMERING

Jeg vil i dette speciale benytte mig af Judith Butlers begrebsapparat til at beskrive, hvordan deltagernes kønnede performance bidrager til konstruktionen af et feminint ideal. Jeg vil bidrage til feltet ved at undersøge dette inden for konteksten af Miss Danmark, da der, så vidt jeg ved, ikke eksisterer en akademisk undersøgelse af den danske konkurrence. Jeg vil skabe viden omkring, hvorvidt dette ideal kan siges at indeholde konstruktioner af ”danskhed”, og om dette involverer en reproduktion af bestemte diskurser i forbindelse med etnicitet. Jeg vil desuden bidrage til feltet ved at have øje for på deltagernes og ambassadørernes perspektiv, hvor skønhedskonkurrencen ses som en hyldest af kvinden.

DISKURSBEGREBET

FAIRCLOUGH

I dette speciale vil jeg benytte mig af Norman Faircloughs definition af kritisk diskursanalyse. Fairclough skriver i 2010 således om målet med sit arbejde:

“My original formulation of the broad objective of my work in CDA still holds: to develop ways of analyzing language which address its involvement in the workings of contemporary capitalist societies” (Fairclough, 2010, 1).

Fairclough arbejder med at forstå, hvordan og hvorfor vores nutidige, kapitalistiske samfund forhindrer, begrænser og faciliterer menneskelig udvikling og velvære. Han placerer sit arbejde indenfor den kritiske tradition af social forskning (Fairclough, 2010, 2). Dermed indføres et normativt element i analysen: Kritik udspringer fra specifikke ideer om, hvad menneskelig velvære og det “gode” samfund er. Kritik undersøger, hvad samfundet er, hvad det kunne være, og hvad det burde være ud fra disse værdier (Fairclough, 2010, 7).

Ifølge Fairclough har kritisk diskursanalyse tre grundlæggende egenskaber: Den er relationel, dialektisk og tværfaglig (Fairclough, 2010, 3). Diskurs er relationel, idet den er umulig at undersøge som en afgrænset enhed uden også at undersøge dens relationer (Fairclough, 2010, 3). Miss Danmark konkurrencens diskurs kan ikke iagttages som et isoleret objekt: Vi kan kun forstå den ved at analysere den relationelt. Det indebærer en undersøgelse af kommunikationsrelationer mellem mennesker som taler, skriver og på andre måder kommunikerer med hinanden i forbindelse med konkurrencen. En relationel undersøgelse af Miss Danmarks diskurs kan både udforske relationer mellem konkrete kommunikationsbegivenheder såsom nyheder, samtaler eller opslag på sociale medier, men den kan også beskæftige sig mere abstrakt med de interne relationer, som kan findes i konkurrencens genre, struktur og historie.

Fairclough argumenterer desuden for, at disse relationer er dialektiske. Dialektiske relationer er ifølge Fairclough relationer mellem objekter, som er forskellige fra hinanden uden at være fuldt ud adskilte. Diskurs er dialektisk, idet det relationelle aspekt medfører, at diskurs altid må undersøges ud fra koncepter, som er forskellige - men ikke adskilte - fra diskursen (Fairclough, 2010, 3-4). Et eksempel er femininitet og diskurs. Det kan argumenteres, at køn - og dermed

femininitet - er delvist diskursivt af natur. Konceptet femininitet kan forhandles, godtages eller afvises, og en performance af femininitet kan roses, kritiseres, forsvares eller ignoreres, hvilket i vid udstrækning sker gennem diskurs. Men femininitet er ikke udelukkende diskurs: Femininitet og diskurs er forskellige uden at være gensidigt udelukkende, og set på denne måde er de i et dialektisk forhold.

Slutteligt er diskurs tværfaglig. Kritisk diskursanalyse er en analyse af diskursens interne relationer lige såvel som de dialektiske relationer, der eksisterer mellem diskurs og andre objekter. Da analysen af denne slags relationer går på tværs af faglige discipliner, må kritisk diskursanalyse antage en tværfaglig metodologi (Fairclough, 2010, 4).

Fairclough ser diskurser som repræsentationer af virkeligheden (ikke at forveksle med en direkte spejling af virkeligheden, som ifølge Fairclough ikke er mulig). Hvis en diskurs kan repræsentere virkeligheden, må det antages, at der findes en "virkelig verden". Teorien beror altså på et realistisk ontologisk standpunkt, der antager, at den virkelige verden eksisterer, ligegyldig om vi undersøger den eller ej (Fairclough, 2010, 4). For at være specifik anlægger Fairclough en kritisk realistisk tilgang til ontologi, idet han anerkender, at den naturlige verden og den sociale verden adskiller sig fra hinanden, da den sociale verden eksisterer i kraft af mennesker og er socialt konstrueret, hvorimod dette ikke er tilfældet for den naturlige verden. Set på denne måde er kritisk diskursanalyse en moderat form for socialkonstruktivisme (Fairclough, 2010, 4). Når Fairclough ser den sociale verden som socialt konstrueret, bliver det centralt at undersøge diskursens konstruerende virkninger. Han understreger dog, at der bør skelnes mellem det, som han kalder *construe* og *construct* - at repræsentere og konstruere. Verden er ifølge Fairclough repræsenteret på mange forskellige måder, men hvilke af disse, som har en konstruerende virkning, kommer blandt andet an på de magtrelationer, som er i spil (Fairclough, 2010, 4-5). Inden for Miss Danmark konkurrencens kontekst eksisterer der eksempelvis nogle magtstrukturer, der betyder, at dommerne i kraft af deres vurderende og bedømmende rolle indtager en magtposition, hvor deres repræsentation af ideel kvindelighed har langt større indflydelse end deltagernes.

Faircloughs teori er født ind i et meget ideologisk sigte (Fairclough, 2010, 7). Det er et perspektiv, som vil afsløre undertrykkelse. Set på denne måde spiller Faircloughs kritiske perspektiv godt sammen med noget af den feministiske litteratur på området, som ser skønhedskultur og skønhedskonkurrencer som noget, der undertrykker kvinden og bør undersøges med det formål at klarlægge og modvirke negative påvirkninger. Jeg har valgt at



To deltagere iført deres hjemmelavede nationalkostume i 2017 - her ses Guldhornet og en kronhjort

anlægge dette perspektiv, da jeg med min studiefaglige baggrund deler Faircloughs interesse i det problematiske. Dette perspektiv har dog sine begrænsninger: Eksempelvis kan en undersøgelse af diskurser omkring femininitet set som undertrykkende være svær at forene med en opfattelse af skønhedskonkurrencer som noget, der fejrer kvindelighed og kvindelig succes.

Dermed udelukkes deltagernes og arrangørernes perspektiv. Af denne grund inkluderer jeg visse elementer fra Laclau og Mouffes diskursteori, som beror på en ide om, at diskurser konstant kæmper om dominans. Deres teori er mere anvendelig i undersøgelsen af, hvilke budskaber der godtages og reproduceres, og hvilke der ikke gør.

LACLAU OG MOUFFE

Det er vigtigt at have øje for, at Laclau og Mouffes og Faircloughs tilgange adskiller sig på flere områder. For at starte med det, som de to tilgange har til fælles, så kan de begge siges at undersøge, hvordan menneskelig kommunikation organiseres i diskurser, og begge tilgange anerkender, at diskurser aldrig blot er en direkte spejling af den eksisterende virkelighed (Brinkmann & Tanggaard, 2010: 265). På samme måde som Fairclough ser Laclau og Mouffe ikke en diskurs som et statisk objekt, der kan fastlægges fuldstændig. Ifølge Laclau og Mouffe findes der et utal af diskurser, der definerer virkeligheden på forskellige måder, og som til stadighed påvirker hinanden og kæmper om dominans. Diskursen vil aldrig have en fast betydning, idet den defineres ud fra sin difference til andre diskurser (Laclau & Mouffe, 1985: 112-114). Ifølge Laclau & Mouffe tilfører diskurser mening til den sociale virkelighed, og

mening kan aldrig antage en fast betydning (Brinkmann & Tanggaard, 2010: 279). Dermed kan de siges at være mere ”rendyrkede” poststrukturalister i sammenligning med Fairclough. Laclau og Mouffe anser sprog og kommunikation som en enhed, der både eksisterer i den sociale verden og konstruerer den (Laclau & Mouffe, 1985: 108). Her adskiller de sig også fra Faircloughs synspunkt, hvor diskurs bare er én af ud af flere aspekter af social praksis.

Centralt for Laclau og Mouffes tilgang er ideen om, at forskellige diskurser konstant kæmper om at opnå hegemoni (Laclau & Mouffe, 1985, 136). De forskellige diskurser kæmper om dominans, idet de forsøger at fastlåse betydninger på én specifik måde og dermed formindske muligheden for, at andre diskurser vinder terræn. Der er tale om en diskursiv kamp (Brinkmann & Tanggaard, 2010: 279). Laclau & Mouffes diskursteori er født ind i et politisk sigte, som anser sproget som mobiliserende, idet sproget tilfører den sociale virkelighed bestemte betydninger (Laclau & Mouffe, 1985: 108). Teorien er ofte blevet brugt til at forklare, hvorfor nogle politiske budskaber godtages og spredes, imens andre ikke gør.

På samme måde som Fairclough opstiller Laclau & Mouffe ikke nogen endegyldige regler for, hvordan en given diskurs identificeres, men de fremsætter en række begreber, som er anvendelige i analysen (se afsnittet *Analyseværktøjer* for en gennemgang). Ved at inddrage Laclau & Mouffes perspektiv i analysen opnår jeg en forståelse for, hvilke diskurser der kæmper om at opnå hegemoni i teksterne, og derigennem hvordan et feminint ideal konstrueres.

DISKURSANALYSE OG KOMMUNIKATIONSFELTET

Da kritisk diskursanalyse er blevet benyttet i mange forskellige discipliner, vil jeg klargøre, hvordan min baggrund i kommunikation har indflydelse på den måde, hvorpå kritisk diskursanalyse benyttes i specialet.

Med henvisning til studieordningen for Kandidat i Kommunikation § 5 stk. 4, lægger jeg særlig vægt på den praktiske anvendelse af kommunikationsfaglig teori og metoder i undersøgelsen af en problemstilling, samtidig med at jeg forholder mig til problemstillingens komplekse, kulturelle kontekst. Mit formål med specialet er derfor at beskrive, analysere og vurdere kommunikative praksisser, som kan siges at konstruere et feminint ideal, i relation til problemstillinger i samfundet. Dette betyder, at jeg lægger særlig vægt på problemstillingens kulturelle og samfundsmæssige kontekst, eksempelvis ved at have øje for Miss Danmark deltagernes forståelseshorizont, forskellige perspektiver på konkurrencen og kommunikationens konsekvenser for aktører og samfund.

Jeg vil overtage Tracys (2008) perspektiv på, hvordan diskursanalyse bliver benyttet inden for kommunikationsfeltet: “... discourse analysis is the study of talk (or text) in context, where research reports use excerpts and their analysis as the central means to make a scholarly argument” (Tracy, 2008, 726-727). Tracy understreger her, at diskursanalyse i kommunikation har fokus på diskursens kontekst, og at undersøgelsens resultater benyttes til at understøtte videnskabelige argumenter. Jeg finder Faircloughs kritiske diskursanalyse og hans fokus på diskursens kontekst meget anvendelig i samspil med dette perspektiv.

Jeg tilgår diskursanalysen med kommunikationsfeltets interesse i de mennesker, som taler. Dette speciale undersøger både skrevne og talte tekster, og i begge tilfælde har kommunikationsfeltet en interesse i at spørge: Hvem taler? Hvem taler de til? Med hvilket formål? Hvad er konteksten?

Disse spørgsmål indikerer også kommunikationsfeltets interesse i strategi - som Tracy skriver, så bliver det taget for givet inden for kommunikationsfeltet, at tekster produceres i specifikke kontekster, med et specifikt formål over for et specifikt publikum (Tracy, 2008, 735). Jeg vil i specialet have øje for, at undersøgelsens udvalgte tekster alle er produceret for et bestemt publikum med et bestemt formål, og at de ikke kan analyseres isoleret fra disse.

Sidst, men ikke mindst, deler jeg kommunikationsfeltets interesse i "det problematiske". Denne interesse ses især i den opmærksomhed, der gives til konflikter mellem forskellige perspektiver, teorier og opfattelser i undersøgelsen af konkurrencen. Jeg arbejder ud fra studieordningens § 5 stk. 6 målsætning om at identificere videnskabelige problemstillinger. Ved at arbejde problembaseret tilgår jeg feltet med en normativ indstilling til, hvad der er problematisk og ikke-problematisk.



Fotos fra bikinirunden i hhv 1975 og 2018

ANALYSEVÆRKTØJER

I dette afsnit vil jeg komme ind på hvilke begreber og værktøjer, jeg benytter mig af i specialets analyse. Først vil jeg gennemgå begreber hentet fra Fairclough og Laclau og Mouffe, og derefter vil jeg gennemgå relevante begreber fra Douglas Holts teori om kulturel branding.

DISKURSANALYSE

Fairclough benytter begrebet metodologi frem for metode, idet han gerne vil understrege, at den kritiske diskursanalyse ikke fordrer én fastlagt metode. Han opfordrer forskeren til at være fleksibel i arbejdet med at udvælge forskellige metoder, der egner sig til at undersøge det specifikke forskningsobjekt (Fairclough, 2010, 234). Faircloughs dialektisk-relationelle tilgang til kritisk diskursanalyse har dog en generel metodologi, hvor tekstanalysen er tosidet. Det er for det første en tekstlig analyse (lingvistisk eller multimodal) af de forskellige symbolske "modes" og deres sammenhæng. Her inkluderer Fairclough ikke bare sprog, men også billeder, kropssprog og musik. Derudover er det en interdiskursiv analyse af, hvilke diskurser, genrer og styles, som teksten trækker på - og her forudsættes det, at tekster kan trække på flere samtidig (Fairclough, 2010, 4-5). Han understreger, at den tekstlige analyse kun er en del af diskursanalysen, og at den førstnævnte må rammesættes inden for den anden (Fairclough, 2010, 237). Jeg vil i nedenstående afsnit gennemgå, hvordan jeg har arbejdet metodisk inden for disse to dele af den kritiske diskursanalyse. De to dele eksisterer ikke som adskilte i analysen, men vil blive beskrevet adskilt her for at fremme overblikket.

TEKSTLIG ANALYSE

I den del af analysen, som Fairclough beskriver som tekstlig, undersøges de udvalgte tekster på et lingvistisk - eller i mange tilfælde multimodalt - plan. De specifikke metoder, som bruges i et forskningsprojekt, bestemmes ud fra den proces, hvorved projektet definerer sit forskningsobjekt (Fairclough, 2010, 234). Dette speciale undersøger primært skrevne tekster, selvom det også inddrager talte tekster (læs mere i afsnittet *Empiri*).

Kodning af tekst

Jeg har i bearbejdelsen af min data arbejdet ud fra Eskjær og Helles beskrivelse af kodning (Eskjær & Helle, 2015, 67-82). Jeg har klassificeret indholdselementer i mit datamateriale ud fra en række opstillede variable. Formålet med kodningen har været at kvantificere, hvor ofte variablerne optræder, og dermed registrere tilstedeværelsen af temaer i datamaterialet (Eskjær & Helle, 2015, 67). Variablerne er udarbejdet på basis af en interesse i fremtrædende/fraværende temaer i teksten, da optællingen har til formål at fungere som grundlag for en kvalitativ tematisk analyse. Efter den første gennemlæsning af materialet opstillede jeg en liste med prædefinerede variabler inden for kategorierne "interesser", "personlige kvaliteter" og "krav". Derefter blev disse benyttet på en del af teksten, og gennem brugen blev de løbende revurderet. Eksempelvis blev kategorien "krav" udelukket fra kodningen af skønhedsprofilerne, da disse sjældent blev nævnt heri, men til gengæld eksisterede lettilgængeligt og adskilt på konkurrencens hjemmeside. Nogle variabler blev sammenlagt (eksempelvis "Hårdtarbejdende" og "Målrettet"), imens andre blev delt i to (eksempelvis var kategorien "Motion" var oprindeligt inkluderet i "Sundhed"). Denne kodning har muliggjort en oversigt over, hvilke egenskaber ved

kommunikationsindholdet, som gentager sig. Som nævnt før har dette speciale til formål at klarlægge de forståelser af ideel femininitet, der udtrykkes som normative i Miss Danmark konkurrencens kommunikation. Af denne grund er der lagt ekstra fokus på brugen af adverbier som "selvfølgelig", "naturligvis" og "jo", og sætningskonstruktioner, der har lignende funktion, som eksempelvis "Det er klart, at...", "Der er ingen tvivl om", og "Sådan er det". Disse er i



Jessica Josephina Hvirvelkær ved sin kroning i Miss Danmark 2015

kodningen tilføjet endelsen (!).

Jeg har gennem kodning, optælling og analyse kombineret en kvantitativ og kvalitativ tilgang til dataene, idet jeg i specialet benytter både antal forekomster af en variabel og citater til at fremhæve gennemgående temaer i materialet. Jeg har fundet denne metode anvendelig til at skabe et overblik over gennemgående temaer på tværs af de forskellige kommunikationsformer, som jeg arbejder med i min empiri.

INTERDISKURSIV ANALYSE

I den del af analysen, som Fairclough beskriver som interdiskursiv, undersøges det, hvilke diskurser, genrer og styles, som teksten trækker på. Denne analyse skal ikke ses som adskilt fra den tekstlige analyse: Fairclough minder os blot om, at selvom den tekstuelle analyse giver os en "indgang" til undersøgelsen af vores forskningsobjekt, så kan den ikke stå alene, hvis vi skal kunne kalde det en diskursanalyse (Fairclough, 2010, 237-238). I dette speciale vil Faircloughs begreber blive benyttet i samspil med Laclau og Mouffes begreber nodalpunkt og ækvivalenskæder.

Genre, diskurs, style

Fairclough beskriver, at der findes tre overordnede måder, hvorpå semiotik relaterer sig til andre elementer af sociale praksisser og events: som et aspekt af handling, som en repræsentation af aspekter af verdenen, og som en konstitution af identitet. Der findes ydermere tre diskursanalytiske kategorier, som stemmer overens med disse: Genre, diskurs og style (Fairclough, 2010, 232). En tekst kan trække på flere diskurser, genrer og styles samtidig (Fairclough, 2010, 4-5).

Genrer er semiotiske måder at handle og interagere på. Fairclough giver eksemplerne nyheder, job interviews eller artikler i en avis eller reklamer på TV. Han skriver: “Part of doing a job, or running a country, is interacting semiotically or communicatively in certain ways, and such activities have distinctive sets of genres associated with them” (Fairclough, 2010, 232). De genrer, som teksten trækker på, har altså en styrende eller strukturerende virkning. Eksempelvis kan Miss Danmark siges at trække på genren konkurrence, hvilket har betydning for den måde, hvorpå deltagerne bør interagere og kommunikere med hinanden på.

Diskurser er ifølge Fairclough semiotiske måder at repræsentere aspekter af verden på. De kan identificeres ved at lede efter forskellige perspektiver eller positioner hos forskellige grupper af sociale aktører. Når holdninger udtrykkes som normative, kan det være afslørende for en bagvedliggende diskurs.

Styles er identiteter, eller som Fairclough også udtrykker det; “ways of being” (Fairclough, 2010, 232). Fairclough fortæller eksempelvis, at det at være manager til en vis grad beror på udvikle den korrekte, semiotiske style. Det at være skønhedsdronning afhænger i høj grad af, at deltagerne udvikler en specifik semiotisk style - eller som dette specialer anskuer det, at de performer et specifikt, feminint ideal. Vigtigheden af dette ses eksempelvis ved, at deltagerne sendes på bootcamp inden showet, hvor de skal lære at bevæge sig, klæde sig og tale på den rigtige måde (DR, 2019, ep.2, 16.22; Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*).

Nodalpunkter og ækvivalenskæder

Et nodalpunkt er en form for fikspunkt eller et nøgleord, som en diskurs etableres rundt om. Det kan være et centralt ord eller en betegnelse i teksten, som ved sammenkædning med andre begreber og symboler præciseres eller meningsudfyldes (Laclau & Mouffe, 1985: 112-113). Vælges eksempelvis ordet feminin som nodalpunkt, bliver det interessant at se på, hvilke ord og begreber, der kædes sammen med femininitet, og hvilke der fremstilles som modsætninger. På den måde bliver nodalpunktet styrende for den meningsdannelse, som finder sted i diskursen. Den måde, hvorpå nodalpunktet bliver sat i forhold til andre ord og begreber i en specifik tekst, medfører en meningsdannelse, der formindsker chancen for at forstå nodalpunktet ud fra andre mulige betydninger. Nodalpunktet feminin kan i en tekst eksempelvis kædes sammen med ord som en velproportioneret krop, venlighed, høflighed og flot makeup. Tilsammen danner disse ord en ækvivalenskæde. En ækvivalenskæde er en kæde af ord og begreber, der nævnes i samspil med nodalpunktet i en tekst. Som det ses i ovenstående eksempel kan disse være meget forskellige, men gennem sammenstillingen bliver disse forskelle udvisket, og deres betydninger bliver samlet under en fælles betegner.

Som nævnt i litteraturreviewet vil en given diskurs ifølge Laclau og Mouffe til enhver tid forsøge at dominere det diskursive felt (Laclau & Mouffe, 1985: 112). Forskellige diskurser kæmper altså om at meningsudfylde eller præcisere ordet feminin gennem ækvivalenskæder. Som en del af denne proces vil nodalpunktet i en tekst ofte (implicit eller eksplicit) stilles overfor en konstrueret modsætning - eksempelvis maskulin. Konflikten eller modsætningsforholdet mellem disse to kaldes antagonisme. Modsætningen er konstrueret, idet der ifølge Laclau og Mouffe ikke eksisterer en naturlig modsætning: Begreberne er udelukkende konstrueret som modsætninger gennem sproget, der polariserer forskelle mellem de to (Laclau & Mouffe: 1985: 127-137). Denne konstruerede modsætning kædes ligeledes sammen med ord og begreber i det, som kaldes en differenskæde. Begreberne nodalpunkt og ækvivalenskæde er anvendelige i dette speciales undersøgelse af, hvilke forståelser for femininitet, der er dominerende i de undersøgte tekster.

KULTUREL BRANDING

Douglas Holts (2004) overvejelser omkring kulturel branding er anvendelig for specialets undersøgelser, idet den bidrager til en overvejelse over, hvilken værdi det kan have for forbrugeren at engagerer sig i Miss Danmarks brand. Holts model er udledt af eksempler på brands, der præsenterer myter, der er så indtagende, at brandet når status som kulturelt ikon (Holt, 2004, 5). Han understreger, at modellen for kulturel branding ikke er afgrænset til produkter, men at den også gælder for andre markedsenheder, der kan bruges til at udtrykke identitet - Eksempelvis filmstjerner, politikere, heltefigurer, turistdestinationer, steder, politiske bevægelser og NGO'er.

BRANDS OG IDENTITETSVÆRDI

Holt beskriver, hvordan ikoniske brands præsenterer en ekstraordinær værdi i skabelsen af identitet, fordi de adresserer "collective anxieties and desires of a nation" (Holt, 2004, 6). Holt forudsætter altså eksistensen af en række kollektive bekymringer og ønsker i forbindelse med identitetskonstruktion. Han fremsætter, at når akademikere undersøger forbrugeridentiteter, vil de afsløre en række bekymringer og ønsker, som er fælles for en stor del af en nations indbyggere. Forekomsten af disse kollektive forståelser skyldes ifølge Holt, at forbrugere konstruerer deres identitet ved at reagere på historiske, politiske, økonomiske og kulturelle ændringer, som er fælles for hele nationen (Holt, 2004, 6). Ikoniske brands fremfører identitetsmyter, der adresserer disse bekymringer og ønsker (Holt, 2004, 7). Myterne bruges til at udglatte spændinger i kulturen og cementere forbrugernes ønskede identitet, når denne er under pres (Holt, 2004, 8).



Det kræver en holdindsats at gøre en deltager kameraklar, 2015

MYTEMARKEDER

Holt beskriver, at ikoniske brands konkurrerer på mytemarkeder frem for produktmarkeder. Men dette mener han, at et ikonisk brands konkrete, materielle karakteristika ikke er det, der adskiller brandet fra sine konkurrenter - det er snarere den myte, som brandet præsenterer, der adskiller brandet fra sine konkurrenter. Det betyder, at marketingsfolk bør arbejde med at kortlægge mytemarkeder i populærkulturen og målrette deres branding mod de mest hensigtsmæssige mytemarkeder - hvilket er svært, da mytemarkeder ikke står stille (Holt, 2004, 39). For at være i stand til dette må marketingsfolk overveje mytemarkedets tre grundsten: National ideologi, kulturelle modsætninger og populistiske verdener (Holt, 2004, 56).

National ideologi

Som nævnt tidligere forklarer Holt, at forbrugere i en nation trækker på de samme historiske ændringer, når de konstruerer deres identitet (Holt, 2004, 6). Dette forudsætter, at der findes en

kollektiv historie og ideologi i nationen, som forbrugerne kan reagere ud fra. Den nationale ideologi består af et sæt af værdier, der bestemmer nationens moral: Hvad er godt og dårligt? Hvilke mål bør individer, familier og fællesskaber stræbe efter? Disse moralske imperativer driver individer til at forfølge nationale mål i deres stræben efter at opnå succes og agtelse. Hvad der udgør succes, og hvad der giver agtelse, er defineret af nationen, og disse definitioner bliver taget for givet som noget ganske naturligt (Holt, 2004, 57).

De vigtigste myter drejer sig om, hvordan indbyggerne forholder sig til deres rolle i at opretholde og udvikle nationen - hvordan de ser sig selv i forhold til nationens ideologier. Mange af disse myter er konstrueret rundt om (kønnede) idealer for individuel succes (Holt, 2004, 57). Holt giver selv eksemplet på den Amerikanske myte omkring “the self-made man”, der vedrører nationens ide om vejen til succes baseret på økonomisk status.

Cultural contradictions

En nations indbyggere repræsenterer ikke nødvendigvis nationens ideologi. Det kræver hårdt arbejde at opbygge identifikation med ideologien, og forskellige omstændigheder i livet, som eksempelvis fattigdom, køn, udseende, etnicitet, seksuel identitet med mere, kan besværliggøre dette. Når forbrugere stræber efter nationens idealer, men grundet deres livsvilkår ikke er i stand til at udleve dem, skaber det spændinger. Disse spændinger kommer til udtryk som intense bekymringer og ønsker, hvilket skaber et behov for symbolske løsninger i form af myter (Holt, 2004, 57). Det er altså de *cultural contradictions*, der forårsages af spændinger mellem den nationale ideologi og borgernes identitetsprojekter, der skaber grobund for mytemarkeder (Holt, 2004, 59).

Populist worlds

Holt understreger, at identitetsmyter udspiller sig i *Populist worlds*: Fiktionelle verdener, der er adskilt fra hverdagslivet og den egentlige købsituation, og som også er adskilt fra elitær kontrol. Forbrugere finder sammen i populistiske verdener, ikke fordi de er betalt for det, men fordi de selv vælger at engagere sig med produktet (Holt, 2004, 9). Populistiske verdener er konstrueret af grupper af mennesker, som udtrykker en specifik ideologi gennem deres aktiviteter. Disse ideologier opfattes som autentiske, idet gruppemedlemmerne har fundet sammen frivilligt - de er ikke motiveret af kommercielle eller politiske interesser, og deres fælles ideologi kan ses som en form for “folkekultur”.

Forbrug

Over tid, når brandet performer sin myte gentagne gange, vil modtagerne begynde at forbinde brandets markører med myten. I skønhedsdronningens tilfælde drejer det sig om brandmarkører som de kunstfærdige kroner, selve kroningsritualet, de lange kjoler, Miss Danmark silkebåndet, stilingen, glam-makeuppen, logoet, tronen, sloganet “Beauty with a Purpose” med mere. Forbrugerne oplever og deler brandet gennem rituelle handlinger (Holt, 2004, 8).



Helena Heuser efter sin kroning i 2016

Skønhedsdronningen er en markedsenhed, der kan undersøges vha. modellen for kulturel branding - men hun er ikke et produkt i traditionel forstand: Forbrugerne kan ikke købe et par Miss Danmark sko eller en Miss Danmark energidrik. Til gengæld kan forbrugerne efterligne Skønhedsdronningen i deres forbrug gennem køb og brug af tøj, makeup og andre skønhedsprodukter. Forbrugerne kan benytte Skønhedsdronningen som en myte, der kan cementere deres ønskede identitet: Ved at idoliserer skønhedsdronningen, kan forbrugeren forbinde sig selv til brandet, og dermed drage nytte af brandets identitetsværdi. Dette kan eksempelvis ske ved at efterligne skønhedsdronningens mimik, talemåde eller catwalk, på samme måde som en aspirerende skuespiller kan øve sig på sin oscar takketale, eller ved at overtage skønhedsdronningen holdninger og interesser.

EMPIRI

I dette speciale vil jeg undersøge, hvordan Miss Danmark konkurrencen igennem sin struktur og diskurs konstruerer et feminint ideal. For at undersøge konkurrencens struktur og diskurs vil jeg foretage:

1. En undersøgelse af, hvilke krav, der er for deltagelse. Denne indeholder både en analyse af de officielle krav for tilmelding, samt en gennemgang af 120 deltagerprofiler (Miss Danmark Facebook, 2015, 2016a, 2017, 2018h) for at bestemme tendenser ift. højde, alder, øjenfarve, hårfarve og etnicitet i relation til placering i konkurrencen. Jeg er interesseret i, hvilke kvaliteter der bliver inkluderet og ekskluderet, da jeg mener, at disse karakteristika er afgørende i undersøgelsen af performance af femininitet i Miss Danmark. Jeg vil besvare spørgsmål som: Hvilke krav skal kvinder opfylde for at kvalificere sig til tilmelding? Hvilke krav stilles der til deltagernes udseende, styling og opførsel? Hvilke fysiske karakteristika har deltagerne og især vinderne til fælles?
2. En analyse af opbygningen af det seneste Miss Danmark show 2018 (Miss Danmark Facebook, 2018c-f). Denne indeholder en undersøgelse af de forskellige delkonkurrencer, som deltagerne konkurrerer i. Jeg vil argumentere for, at delkonkurrencerne har en stor betydning, idet de medvirker til at definere hvilke kvaliteter, deltagerne bør måles og vejes på. Flere af dem er specifikke til den danske konkurrence og er dermed med til at bestemme en specifik dansk version af femininitet. Jeg vil besvare spørgsmål som: Hvilke delkonkurrencer bliver deltagerne bedømt i? Skal deltagerne besvare spørgsmål på scenen? Skal de performe et talent? Med andre ord: Hvilke præstationsmæssige krav findes der i showets struktur?
3. En kritisk diskursanalyse af deltagernes og ambassadørenes udtalelser. Denne bygger på en transskription og kodning af 30 skønhedsprofiler (106,6 normalsider), en transskription af en takketale (2018), videooptagelser af de fulde shows fra 2015-2018, 6 episoder fra DR dokumentaren "Miss Perfect" og en gennemlæsning af "Ofte stillede spørgsmål" og "Krav til deltagelse" på Miss Danmarks hjemmeside. Jeg vil besvare spørgsmål som: Hvilke forståelser relateret til ideel femininitet udtrykkes som normative? Hvilke aspekter og kvaliteter ved den perfekte Miss Danmark fremhæves? Hvilke genrer og styles trækker konkurrencen på? Hvilke diskurser omkring udseende, tøj og opførsel er med til at skabe en idealiseret model for femininitet?

Disse undersøgelser eksisterer ikke som adskilte i analysen, men er blot præsenteret adskilte her for overblikkets skyld. I specialet vil disse tre undersøgelser præsenteres i sammenhæng og vil bidrage til hinanden.

DELTAGERPROFILER

I årene 2015-2018 er der på Miss Danmarks Facebookside uploadet en mappe med deltagernes officielle pressefotos (Miss Danmark Facebook, 2015, 2016a, 2017, 2018h). Disse er akkompagneret af en lille tekstboks med information omkring deltageren, herunder blandt andet alder og højde. Disse kaldes deltagerprofiler. Jeg har gennemgået de 120 deltagerprofiler og listet dem i et excelark efter kategorierne: Alder (år) – Højde (cm) – Øjenfarve (blå/grønne *eller* brune) – Hårfarve (blondt *eller* brunt *eller* sort *eller* rødt) – Etnicitet (europæisk af udseende *eller* ikke europæisk af udseende). Hvor de første fire kategorier er forholdsvis entydige, kræver den sidste en kort forklaring.

Jeg har inddelt deltagerne efter to kategorier mht. etnicitet: *Europæisk af udseende*, og *ikke europæisk af udseende*. Denne opdeling er foregået på baggrund af en forståelse af danskhed, som indeholder konstruktioner af hvidhed og etnisk tilhørsforhold til Europa. Jeg er bevidst gået uden om begrebet kaukasisk, da dette ikke henviser til en nuværende geografisk lokation, og da begrebet ifølge nogle forskere i race og etnicitet bliver brugt meget vildledende og ikke er specifikt nok til brug i akademisk arbejde (Bhopal & Dondaldson, 1998, 1304-1305). Jeg har desuden udeladt begrebet ”Hvid”, da det i nogle forståelser inkluderer mennesker af iransk eller marokkansk oprindelse (Bhopal & Dondaldson, 1998, 1304), og dermed er uforenelig med en forståelse af *dansk udseende* som beroende på etnisk tilhørsforhold eller oprindelse i Danmark. Jeg har tilmed valgt at navngive begreberne europæisk/ikke europæisk *af udseende*, idet opdelingen er foregået på baggrund af deltagernes headshots og ikke på baggrund af nogle reelle data omkring deltagernes herkomst.



En deltager får taget sit headshot, der bliver en del af det officielle pressemateriale, 2016

Jeg har foretaget opdelingen baseret på en samlet vurdering af hudfarve, hårfarve, øjenfarve og ansigtstræk. I to tilfælde, hvor der opstod tvivl, har jeg medtaget fornavn og efternavn i vurderingen. Denne opdeling indeholder i høj grad mulighed for fejkategorisering. Jeg vil af samme grund understrege, at der er tale om et approksimativt overblik over fordelingen. Denne data benyttes ikke til at præsentere faktiske tal over den reelle etniske fordeling, men bruges udelukkende til at skabe grundlag for en diskussion af, om der kan siges at indgå konstruktioner af hvidhed i konkurrencens feminine ideal.

SKØNHEDSPROFILER

I årene 2014 og 2015 blev der uploadet en skønhedsprofil for hver deltager på Miss Danmarks hjemmeside. Skønhedsprofilen består af en tekst skrevet i førsteperson, hvor deltageren fortæller om sig selv. Først introduceres deltageren med navn, alder, højde, by, beskæftigelse og familierelationer. Derefter besvares en række spørgsmål (bilag 3). Det færdige resultat minder om en fristil, hvor hver deltager præsenterer sig selv i rollen som Miss Danmark deltager.

Det er ikke muligt at finde oplysninger om, hvordan skønhedsprofilerne er blevet til, hvor meget redigering, der har fundet sted, og i hvor høj grad deltagerne har lov til at afvige fra listen med spørgsmål. Af samme grund kan det diskuteres, hvem der er den egentlige afsender: Er det den individuelle deltager eller Miss Danmark organisationen? Begge dele? I hvor høj grad afspejler skønhedsprofilerne deltagerens reelle holdninger, og hvor frit har de lov til at skrive? Uden at besvare disse spørgsmål vil jeg argumentere for, at skønhedsprofilerne afslører noget om, hvilke kvaliteter deltagerne forstår som ideelle inden for Miss Danmark konkurrencens kontekst. Disse 30 kvinder er udvalgt efter flere runder med casting, og de kæmper alle om at udfylde rollen som den ideelle Miss Danmark kandidat. Af denne grund kan teksterne ses som et forsøg på at leve op til Miss Danmark konkurrencens ideal.

DOKUMENTAREN ”MISS PERFECT”

Grundet den specifikke kontrakt, som kvinderne underskriver ved optagelse i konkurrencen (se bilag 4), har jeg ikke set det som etisk forsvarligt at forsøge at indhente interviews med deltagerne⁷. Af samme grund har dokumentar-serien ”Miss Perfect” været anvendelig for dette speciale, idet den giver adgang til film-optagede interviews med både dommere, mentorer og deltagere undervejs i Miss Danmark forløbet. Det er vigtigt at have for øje, at citater fra dokumentaren er udvalgt, redigeret og sammensat af producenterne bag dokumentaren for at præsentere et filmisk narrativ. Alligevel vil jeg argumentere for, at denne data bidrager positivt til specialet af flere grunde.

For det første præsenterer denne data en kilde, der ikke har Miss Danmark organisationen som afsender. Dette betyder, at dokumentaren indeholder interviews og udtalelser, som ikke er udelukkende positive omkring oplevelsen. Dette kan være med til at afsløre konstruktioner i konkurrencens feminine ideal, som deltagerne har svært ved at forene sig med. For det andet giver denne data adgang til udtalelser i talesprog, der ikke – modsat takketalere, konkurrencens spørgsmålsrunder m.m. – er helt eller delvist planlagt på forhånd. Dette kan være med til at afsløre nogle implicite forståelser for ideel femininitet, som eksempelvis da dommer og mentor Aisha Hansen udtaler, at den perfekte Miss Danmark kandidat ”selvfølgelig er en kvinde, som tror på sig selv” (DR, 2019, ep.1, 5.57), eller da direktør Lisa Lents udtaler, at ”man skal jo have et bestemt look, det kan man ikke komme udenom” (DR, 2019, ep.5, 23.54).

⁷ Deltagerne må ifølge deres kontrakt ikke udtale sig negativt om Miss Danmark organisationen – et forbud, der gælder for livstid, og som indebærer en bøde på minimum 15.000 kr. ved kontraktbrud (se bilag 4). Kvinder, som af direktør Lisa Lents mistænkes for at have udtalt sig dårligt om konkurrencen, bliver gransket og følgelig afskåret fra muligheder for at deltage i internationale skønhedskonkurrencer, som Lents har monopol på (P1, 2019).

DISKURSANALYSE

Som beskrevet i afsnittet *Interdiskursiv analyse* kan Miss Danmark siges at trække på en række genrer. Deltagerne, dommerne og publikum handler, kommunikere og interagere på semiotiske måder, der har distinktive genrer associeret med dem (Fairclough, 2010, 232). En af disse genrer er konkurrencen: Kvinderne kæmper imod hinanden om at opnå en plads i en struktur, hvor deltagerfeltet gradvist snævres ind, indtil der til slut findes én endelig vinder, der hædres med præmier, blomster og en "medalje" i form af silkebånd og krone. Det har altså betydning, hvem der placerer sig i toppen, hvilke direkte og indirekte kvaliteter der har sikret dem denne topplacering, og hvilke kriterier deltagerne bliver vurderet ud fra. De kvinder, som placerer sig højest, er med til at rekonstruere konkurrencens version af ideel femininitet gennem deres udseende, holdninger og kvaliteter.

I denne første analysedel vil jeg undersøge, hvordan Miss Danmark konkurrencen igennem sin struktur og diskurs konstruerer et feminint ideal. Analysen er delt ind i to kapitler. I Kapitel 1 - Skønhedsdronningens krop vil jeg komme ind på, hvilke krav der stilles til deltagernes fysiske fremtoning, hvilke fysiske træk der lader til at gå igen blandt deltagerne, og dermed hvilke fysiske træk der er vigtige i performancen af det feminine ideal. Kapitel 2 - Sunde værdier vil jeg beskrive hvilke indre kvaliteter, holdninger og værdier, som er afgørende i performancen af konkurrencens feminine ideal.

KAPITEL 1 – SKØNHEDSDRONNINGENS KROP

JEG ELSKER (SUND) MAD

I skønhedsprofilerne lader alle deltagerne til at have svaret på spørgsmålet "Hvad er din livret?", og det er derfor ikke mærkeligt, at talen falder på mad. Det er dog de færreste, der nøjes med at nævne en livret, og snakken om mad begrænser sig ikke til det sted i teksten, hvor de omtaler deres livret. Kodningen af teksten afslører, at mad sættes i forbindelse med flere emner, hvoraf de fire hyppigste er nydelse, sundhed, nye smagsoplevelser og familie - jeg vil herunder gå i dybden med de to hyppigste, navnlig sundhed og nydelse. Jeg vil anskue "god mad" som et nodalpunkt, som flere diskurser kæmper om at meningsudfylde.

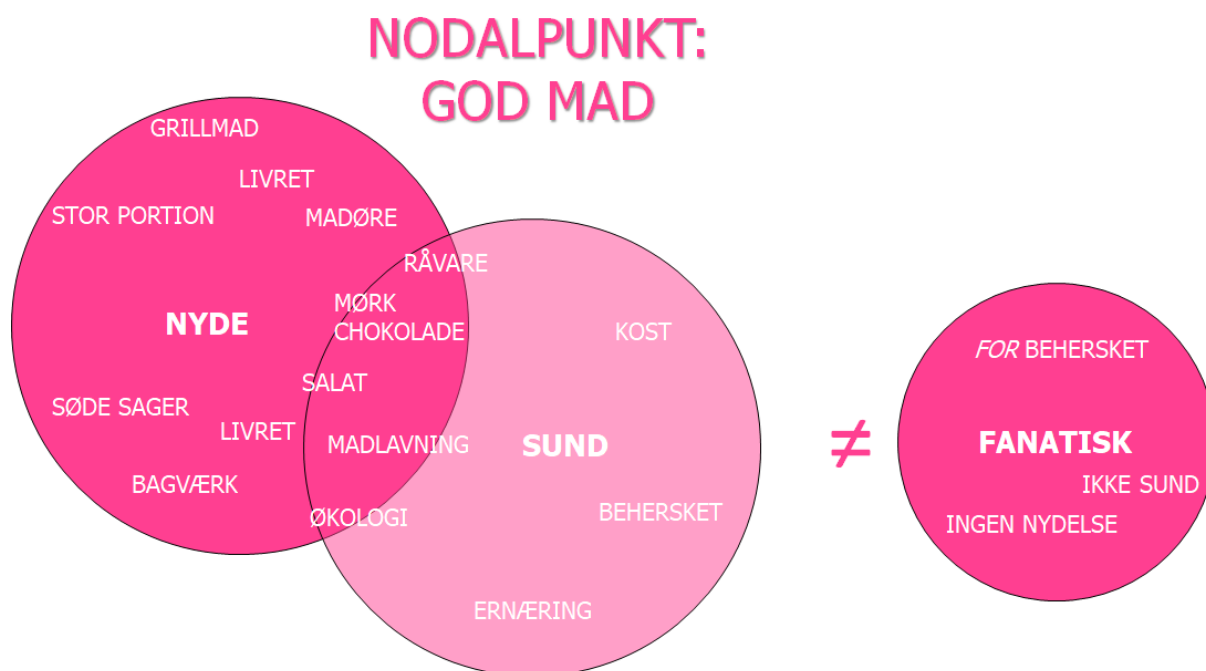


Tara Jensen (th.) repræsenterer Danmark ved Miss World i 2018. Her ses hun med Miss Mexico, der gik af med titlen som Miss World

Mad og sundhed bliver ofte nævnt i sammenhæng i deltagernes skønhedsprofiler (bilag 2, 10.11, 13.15, 27.3, 33.8, 35.8, 37.18, 42.23, 49.4, 52.1, 56.16, 63.21, 74.28). En deltager beskriver eksempelvis: "Jeg har også en stor passion for madlavning, kost og ernæring. Jeg går meget op i at spise sunde, lækre og økologiske råvarer" (bilag 2, 63.21). Anskues "god mad" som et nodalpunkt, kan ordene kost, ernæring, sund, lækker og økologisk,

ses som en ækvivalenskæde, der giver mening til nodalpunktet. Ækvivalenskæden kan ses som et udtryk for, at der drages paralleller mellem madens lækkerhed og dens ernæringsmæssige sammensætning. Denne sammenkædning kan siges at støtte op om en sundhedsdiskurs. Jeg vil i dette og følgende afsnit argumentere for, at sundhed kan ses som en af de vigtigste kvaliteter i Miss Danmark konkurrencens konstruktion af ideel femininitet.

En anden deltager kommer ind på emnet sundhed i forbindelse med mad i beskrivelsen af sine fritidsinteresser: "Når jeg ikke studerer eller laver mad tilbringer jeg oceaner af timer i fitnesscenteret. Sundhed er det vigtigste for mig! [...] Selvom jeg er så glad for sund mad og træning vil jeg aldrig blive fanatisk" (bilag 2, 56.16). Her ses det, at deltageren forsøger at udtrykke en balanceret tilgang: Sundhed er vigtigt for hende, men hun tager afstand fra en "fanatisk" interesse. Det at være fanatisk kan ses som modsætningen til det at være sund, og de to står dermed i et antagonistisk forhold til hinanden. Med Laclau og Mouffes perspektiv skal disse ikke ses som naturlige modsætninger, der eksisterer i en objektiv virkelighed, men snarere en konflikt formidlet gennem sproget. En fjerde deltager skriver på lignende vis: "Sundhed betyder meget for mig, mad såvel som motion, men uden at være fanatisk. Jeg har smag for det søde, men prøver at beherske det. Jeg er en meget madglad pige" (bilag 2, 37.18). Her kædes mad igen sammen med sundhed, samtidig med at deltageren understreger, at hun ikke er fanatisk omkring



det.

Når deltageren indrømmer en svaghed for søde sager, men samtidig fortæller, at hun prøver at beherske det, taler hun ind i den førnævnte sundhedsdiskurs. Samtidig betegner hun også sig selv som "en madglad pige", hvilket bringer os til det emne, som oftest sættes i forbindelse med mad i teksten: Nydelse. Deltagerne beskriver, hvor højt de elsker mad, hvor svært det er at vælge en livret, og hvor meget de nyder at spise (bilag 2, 6.32, 19.3, 24.27, 31.37, 37.19, 40.33, 43.12, 49.2, 56.8, 59.7, 61.21, 63.21, 69.5, 72.2, 77.25, 80.13, 80.36, 83.11, 84.31). Som en deltager skriver: "Jeg er nok dét man ville definere som et madøre. Jeg elsker simpelthen mad, ALT mad" (bilag 2, 42.12). En anden deltager skriver, at hun ikke blot spiser for overlevelse, men for

nydelse (bilag 2, 63.22), og en tredje fortæller, at det glæder hende meget at se sin familie nyde hendes bagværk (bilag 2, 12.35). I disse eksempler bliver det klart, at deltagerne ikke lægger skjul på, at de elsker at spise - tværtimod fremhæver de deres kærlighed til mad. Flere af deltagerne udtrykker også, at de er interesseret i madlavning, eller at de holder af at stå i et køkken (bilag 2, 6.32, 19.2, 27.3, 42.23, 56.12, 61.21, 63.21, 72.2). Anskues "god mad" som et nodalpunkt, kan verbummerne nyde og elske samt ord som livret og madøre i beskrivelsen af mad siges at støtte op en livsnyderdiskurs. Her er tale om en nydelsesbaseret forståelse af "god mad", og madens ernæringsmæssige kvaliteter bliver mindre vigtige i forhold til, hvordan maden opleves gennem sanserne.

Det er vigtigt at lægge mærke til, at sundhed og nydelse ikke bliver opstillet i et antagonistisk forhold til hinanden i teksten: Tværtimod indgår ordene lækker, god mad og sund som nævnt flere steder i samme ækvivalensskæde. De to diskurser kan ses som beslægtede, idet de repræsenterer to forståelser af "god mad", der i nogle henseender går fint i spænd og i andre indgår i en diskursiv kamp, hvor meninger strides. Disse forskelle bliver dog udvisket, idet det at være sund bliver opstillet i et antagonistisk forhold til det at være fanatisk. Jeg vil argumentere for, at deltagerne taler ind i de to forskellige diskurser med det formål fremføre en form for gylden middelvej, der kan siges at repræsentere en sund balancegang. Ved at balancere de to diskurser tager de afstand fra en position, der ses som fanatisk. Når sundhed er det modsatte af at være fanatisk, bliver der plads i sundhedsdiskursen til at udtrykke sin glæde ved mad simultant med sin interesse i sundhed.

Jeg er ikke overrasket over, at deltagerne holder af mad - det er ikke ligefrem et banebrydende standpunkt. Jeg finder det til gengæld overraskende, at kærligheden til mad bliver fremhævet i så høj grad og at så stor en del af teksterne i deltagerne skønhedsprofiler omhandler mad. Derudover kan kærligheden til mad siges at være indbygget i konkurrencens struktur, idet den både involverer en stor velgørenhedsmiddag, hvor deltagere, ambassadører, dommere og interessenter mødes til spisning, og en stor gallamiddag for gæsterne til selve showet.



Miss Danmark er en skønhedskonkurrence, der fremviser smukke kvinder. Selve konkurrencens eksistens beror på nogle konventionelle, normative forestillinger om, hvordan den smukke kvinde bør se ud. Miss Danmark konkurrencen eksisterer i en kontekst, hvor det dominerende ideal for kvinder involverer en lav kropsvægt, hvilket naturligt kræver, at madindtaget reguleres. Dette kan

opfattes som et uopnåeligt ideal, der kræver en “fanatisk” tilgang til mad. Miss Danmark deltagerne gentagne italesætning af deres kærlighed til mad kan ses som et forsøg på at bryde med en dominerende, diskursiv repræsentation, der før har haft hegemoni og dermed fungeret som et regulativt ideal for kvinder. Hvorvidt dette afspejles i udvælgelsen af deltagere, vil jeg komme ind på i følgende afsnit.

EN ”VELPROPORTIONERET” KROPSBYGNING

En af grundene til, at det er vigtigt for deltagerne at understrege deres interesse i sund mad, kan være konkurrencens krav til deltagerne kroppe, som ifølge hjemmesiden skal symbolisere sundhed og femininitet (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). I dette afsnit vil jeg beskrive de krav, som konkurrencen stiller til deltagerne kroppe. Jeg interesserer mig for disse krav, da jeg ser dem som afgørende i undersøgelsen af det feminine ideal, som bliver konstrueret og rekonstrueret i konkurrencen: Miss Danmark deltagerne bliver hyldet som Danmarks smukkeste kvinder, og deres kroppe bliver derfor symboler på den “rigtige” kvindekrop.

I modsætning til mange andre lande har direktør Lisa Lents valgt, at der ikke stilles krav til højde og vægt for at kunne deltage i Miss Danmark. Dette har en enorm symbolværdi, og det bliver kommunikeret tydeligt:

“Miss Danmark går højt op i at understrege at skønhed kommer i alle højder, drøjder, farver og typer, dvs. at der hverken er højde krav eller min. størrelse man skal passe, for at kunne være deltager. [...] da vi i Miss Danmark gerne vil vise at landet er fyldt med skønne kvinder som alle er forskellige. En Miss Danmark er ikke perfekt, hun er ligesom alle andre” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*).

De fravalgte krav til højde og vægt bliver sammenholdt med, at Miss Danmark er “ligesom alle andre” og at hun ikke er perfekt. Jeg finder denne udtalelse interessant i konteksten af en konkurrence, som bedømmer kvinder på deres udseende, især fordi konkurrencen med Lents egne ord er en “jagt på den perfekte kvinde” (DR, 2019, ep. 1, 1.06). Jeg vil argumentere for, at Miss Danmark konkurrencen med ovenstående citat forsøger at låne fra en kropspositivitetsdiskurs, der eksisterer i samfundet i dag, hvor der ofte lægges vægt på at hylde forskellige kropstyper (Cwynar-Horta, 2016). Af samme grund har jeg fundet det interessant at undersøge, hvordan deltagerne fordeler sig på “højder, drøjder og farver”. For én ting er de formelle krav - men hvordan ser de ud med de kvinder, som rent faktisk bliver udvalgt til at deltage?



Deltagerne under den obligatoriske bikinirunde i 1975

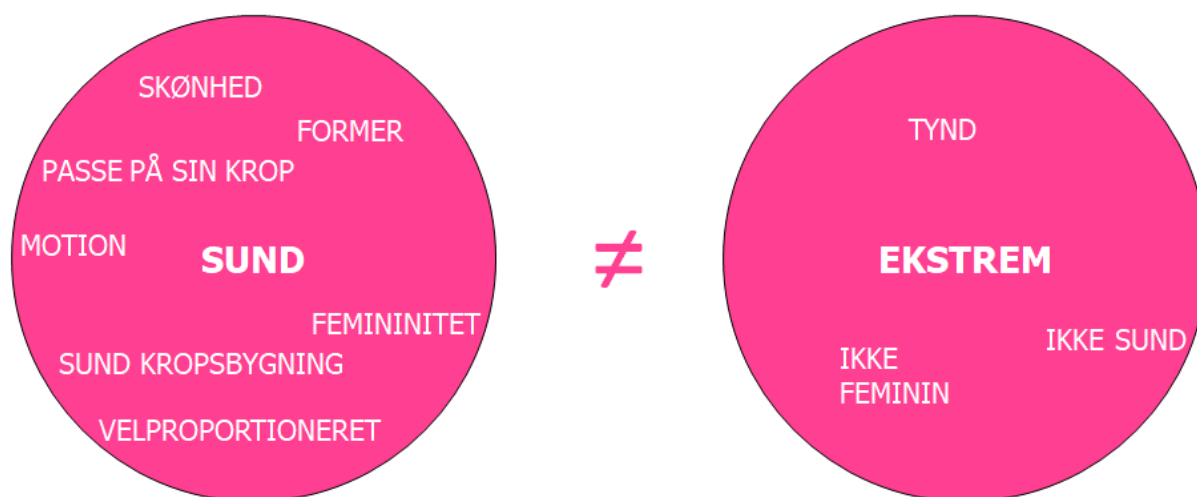
Drøjde

Der er i Miss Danmark konkurrencen ingen krav til deltagerne vægt - i kilo. Det betyder dog ikke, at der ikke er krav til deltagerne krop. På Miss Danmarks hjemmeside står der:

“Det er vigtigt at du har en sund kropsbygning, og er velproportioneret. Som kvinde behøver du ikke at være ekstrem tynd, da man som skønhedsdronning symboliserer sundhed, femininitet, og gerne må have former. Dog er det et krav at man passer på sin krop og motionerer” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*).

I dette citat står det klart, at konkurrencen indeholder en række normative antagelser i relation til kropsidealer, på trods af det manglende vægtkrav. Jeg vil anskue kropsideal som et fraværende nodalpunkt, idet teksten handler om konkurrencens krav til og forståelse af den “gode” krop. Anskues kropsideal som et fraværende nodalpunkt, kan ordene velproportioneret, sundhed, femininitet, sund kropsbygning og former ses som en ækvivalenskæde, der giver mening til begrebet. Der sættes gennem ækvivalenskæden lighedstegn mellem en sund kropsbygning og en krop, som er velproportioneret, feminin og har former. Det, at en sund krop også er velproportioneret, er en normativ antagelse. Det er ikke givet på forhånd - en krop kan eksempelvis godt være biologisk sund, selvom den ikke opfattes som hverken velproportioneret eller smuk efter samfundets idealer. En velproportioneret krop bliver i konkurrencen en vigtig

NODALPUNKT: KROPSIDEAL



kvalitet i konstruktionen af ideel femininitet, hvilket udelukker kvinder, der er overvægtige eller har en krop, som på anden vis bedømmes til at have uønskede eller “usunde” proportioner. Det præsenterede kropsideal opstilles i et antagonistisk forhold til det at være ekstremt tynd. Ligesom vi så i forrige afsnit, går det altså ikke, at interessen for sund mad eller en sund krop kammer over i det fanatiske eller ekstreme. Denne afstandtagen fra en krop, som er ekstrem tynd, kan ses som et forsøg på at bryde med en diskursiv repræsentation af den ideelle kvindekrop, der før har haft hegemoni, især inden for modeverdenen.

Den samme opmærksomhed på den sunde krop ses i konkurrencens store fokus på sport og motion. For det første er det et formelt krav, at deltagerne skal passe på deres krop og motionere (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). For det andet afslører konkurrencens struktur vigtigheden af dette, idet deltagerne skal gennemføre en fysisk krævende forhindringsbane i konkurrencen om deltittlen

Miss Sport. Jeg har før argumenteret for, at delkonkurrencerne, hvor kvinderne kåres på scenen og hædres med blomster og silkebånd, vidner om hvilke kvaliteter, der vægtes i konkurrencen. Således kan delkonkurrencen Miss Sport ses som en manifestation af de krav, der stilles til deltagerne performance af konkurrencens feminine ideal. At være "sporty" bliver en afgørende del af performancen. Deltagerne lader til at være opmærksomme på dette - i hvert fald fortæller samtlige deltagere i deres skønhedsprofiler udførligt om, hvad de gør for at holde sig i god fysisk form (bilag 2, 1.16, 4.24, 6.20, 8.20, 9.21, 11.16, 12.24, 15.12, 18.11, 23.35, 24.7, 26.36, 30.6, 33.6, 35.7, 37.21, 40.6, 45.21, 48.18, 51.35, 55.16, 58.16, 63.9, 66.6, 66.9, 68.15, 70.15, 71.22, 74.28, 77.4, 80.15). Hvorvidt der er tale om fitness, ridning, eller vægtløftning lader til at være mindre vigtigt - så længe der bliver gjort opmærksom på, at denne aktivitet er en vigtig del af deres dagligdag. En deltager skriver: "Udover en rar personlighed, så går jeg selvfølgelig også op i min daglige kost og motion" (bilag 2, 11.16). Deltageren benytter sig af det ordet "selvfølgelig". Dette er et udtryk for et normativt standpunkt, hvor det ses som en naturlig sandhed, at man bør gå op i kost og motion. En anden deltager skriver, at hun "ligesom alle andre" bruger sin tid på at træne, lave mad og lektier og hygge med sine venner (bilag 2, 48.18). Her formoder deltageren, at motion er en almindelig aktivitet på linje med madlavning og socialt samvær, som alle mennesker (bør) tage del i. Som Fairclough påpeger, så kan det være afslørende for en bagvedliggende diskurs, når holdninger udtrykkes som normative. Her vil jeg argumentere for, at deltagerne udtalelser støtter op om den førnævnte sundhedsdiskurs. Ligesom det sås i afsnittet *Jeg elsker (sund) mad*, sørger flere af deltagerne dog for at slå fast, at selvom de går højt op i sport og sundhed, så er de ikke fanatiske omkring det (bilag 2, 5.31, 37.18, 58.19). På denne måde tager de afstand fra en tilgang til motion, der kan læses som usund.

Det, at Miss Danmark ikke stiller krav til deltagerne vægt, at de melder at "skønhed kommer i alle [...] drøjder", at de sætter fokus på motion og kroppens sundhed frem for dens størrelse, og at de tager afstand fra "ekstreme" kropsidealiser, er beundringsværdigt - men det betyder ikke nødvendigvis, at de repræsenterede kroppe varierer betydeligt i størrelsen. Der foreligger ikke nogen data omkring deltagerne vægt eller tøjstørrelse, men kigger man på deltagerne officielle pressefotos i badetøj, står det klart, at selvom der måske er mere variation og flere former end det ses i modeverden, så er der stadig tale om en forholdsvis homogen samling kroppe. Det er hverken muligt at spotte den helt fladbrystede, androgyne krop, som gjorde supermodellen



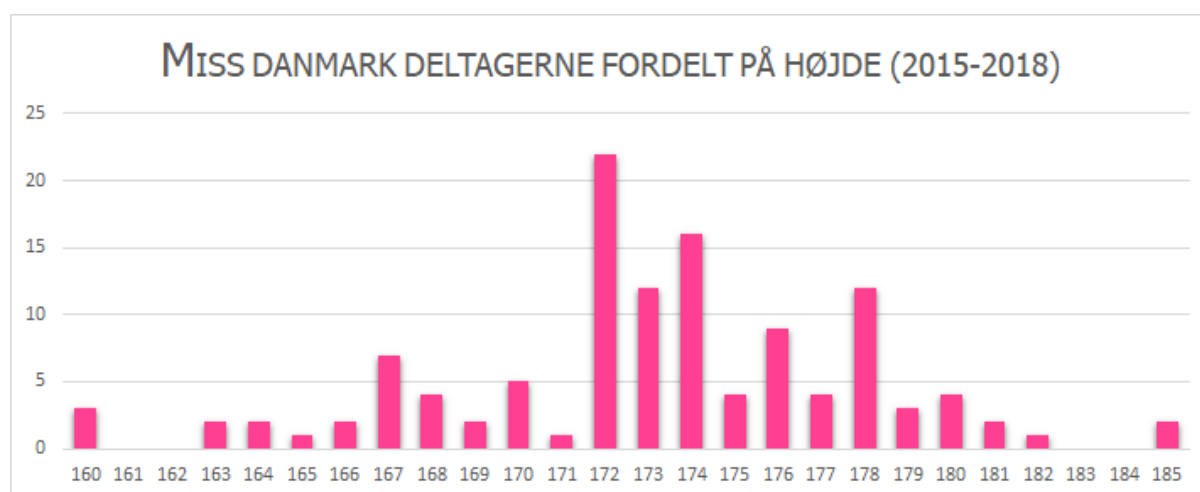
Deltager Celine Riel (th.) er født uden venstre underarm. Det lader til at være en acceptabel bøjning af konkurrencens norm, og direktør Lents udtaler, at hun har "taget hende med i konkurrencen for at vise, at skønhed kommer i alle former" (Kragh, 2018)

Twiggy populær i 1960'erne, eller den svulmende numse og barm, som Kim Kardashian hyldes for i dag. Bryststørrelse og hoftemål lader til at variere, men for samtlige deltagere gælder det, at både hofter og bryster har en vis runding, armene er slanke, benene veltrænede, maven uden synlige deller, og kropshår ikke-eksisterende (Miss Danmark Facebook, 2015, 2016a, 2017, 2018h). Jeg vil derfor argumentere for, at udmeldingen omkring, at en skønhedsdronning skal have en "sund kropsbygning" og passe på sin krop gennem motion, bliver benyttet til at udelukke kropstyper, der ikke lever

op til konkurrencens kropsideal - selvom de måske biologisk set er sunde og raske. På denne måde bliver det muligt at italesætte konkurrencen som en hyldest af alle (sunde) kropstyper, samtidig med at deltagerne udvælges efter et forholdsvist snævert kropsideal. At der er tale om et kropsideal og ikke blot en interesse i at fremvise sunde kroppe understreges yderligere af konkurrencens struktur, både i kraft af delkonkurrencen Miss Beach Beauty (en titel der tildeles kvinden, som tager sig bedst ud i badetøj på billeder, video og catwalk) og i kraft af konkurrencens overordnede formål: At udvælge Danmarks smukkeste kvinde.

Højde

Der er ingen højdekrav for at deltage i Miss Danmark. Som det bliver beskrevet under krav for tilmelding til Miss Danmark 2019, så har nogle af kvinderne en "typisk model højde på min. 173 cm", mens andre kun er 160 cm høje. Efterfølgende kan det læses: "Det (højden, red.) spiller ingen rolle, så længe, at du har en positiv indstilling til tingene" (Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*). Kigger man på, hvordan deltagerne har fordelt sig på højde i årene 2015-2018, kan det ses, at der både været deltagere på 160 cm og 185 cm - altså en spredning på 25 cm. Set på denne måde lever konkurrencen op til sin erklæring om, at skønhed kommer i alle højder.



Jeg vil til gengæld argumentere for, at højden spiller en rolle, på trods af konkurrencens udsagn om det modsatte. Danske kvinder, som er født i 1997 (og som i dag altså er 22 år gamle), er i gennemsnit 167,2 cm høje (SIF, 2016). Udregner man gennemsnittet for Miss Danmark deltagerne, ligger det på 173,1 cm (bilag 1). De kvinder, som er blevet udvalgt til at deltage i konkurrencen, er altså generelt højere end normalen. Kigger man udelukkende på de kvinder, som har placeret sig i top tre, har gennemsnitshøjden sneget sig op på 175,3 cm - altså godt 8 cm højere end normalen. Ser man på de fire vindere 2015-2018, fordeler de sig således:

Louise Sander Henriksen	182 cm	2018
Amanda Petri	174 cm	2017
Helena Heuser	178 cm	2016
Jessica Josephina Hvirvelkær	178 cm	2015

Gennemsnitshøjden for de fire vindere i årene 2015-2018 er altså 178 cm - godt og vel 10 cm højere end den gennemsnitlige, danske kvinde. Jeg vil argumentere for, at denne forskel mellem top 30 og top 3 ikke er arbitrær. Som beskrevet i introduktionen til 1. analysedel *Diskursanalyse*, har det en betydning, hvem der vinder konkurrencen, idet vinderen legemliggør “den bedste af de bedste” og dermed repræsenterer et ideal. Den store spredning i højde kan ses som en interesse i at kommunikere, at skønhed kommer i alle højder - men igennem konkurrencens udvælgelse af en top tre bliver det tydeliggjort, hvilke af deltagerne, der bedst repræsenterer Miss Danmarks version af et feminint ideal. Jeg kan konkludere, at konkurrencen lader til at favorisere kvinder, som er højere end det danske gennemsnit. Højde kan derfor ses som et vigtigt element i deltageres kropslige performance af ideel femininitet i Miss Danmark konkurrencen.

DET RIGTIGE LOOK

Som Fairclough beskriver det, så afhænger en persons identitet eller “way of being” af, at personen udvikler den korrekte, semiotiske style (Fairclough, 2010, 232). Det at være skønhedsdronning beror ifølge den Faircloughske logik i høj grad på, hvordan du bevæger dig, klæder dig og taler. Præcis hvordan denne style defineres er til genstand for diskussion og forhandling, og dermed kan den ses som opretholdt og udfordret gennem diskurs. I dette afsnit vil jeg kort beskrive de krav, der stilles til kvindernes styling og “look”, og hvordan disse krav opretholdes og forhandles.

Det at være skønhedsdronning kræver ifølge direktør Lisa Lents en specifik styling, og “det kan man ikke komme uden om” (DR, 2019, ep. 5, 23.52). Tidligere Miss Danmark deltager, bootcamp-mentor og dommer Helena Heuser beskriver stylingen således:

“En klassisk beauty queen, der er det høje stiletter, det er en fin cocktailjole, gerne med masser glimmer og gerne med farve – vi elsker farve – det er store øreringe med glimmer, det er negle, der ser ordentlige ud, det er pæn hud, det er at have et fangende blik” (DR, 2019, ep.2, 6.05)

Lents opsummerer Heusers udtalelse ved at sige, at man som Miss Danmark bør ligne en, der skal på den røde løber (DR, 2019, ep.2, 6.05). Denne styling er en af de elementer, som er med til at transformere den almindelige pige til en skønhedsdronning - og den er ikke valgfri (DR, 2019, ep.2, 0.26, 2.40, 6.05, 10.43; ep. 5, 23.52). Heuser understreger: “Det er glamourøst, det er noget der skaber opmærksomhed, og det ER looket til skønhedskonkurrencer” (DR, 2019, ep.2, 0.26). I dokumentaren “Miss Perfect” fra 2018 ses det, at nogle af deltagerne har svært ved at forene sig med makeup-stilen, der kræver lang tid, mange produkter og involverer falske øjenvipper og negle (DR, 2019, ep.2, 11.11, 11.37, 13.05, 15.06). En deltager kommenterer på sin makeup: “Jeg føler mig sådan lidt falsk, og at det slet ikke er mig” (DR, 2019, ep.2, 11.37). Denne og andre deltagere tager afstand til stylingen ved at udtrykke en



Deltagerne har meget lidt at skulle have sagt over deres styling, og det er eksempelvis et krav, at de altid er iført sølv stiletter (DR, 2019, ep.3, 15.40). Deltagere, som tager skoene af, irrettesættes for at være uprofessionelle.

præference for et mere naturligt look (DR, 2019, ep.2, 4.58, 5.35, 9.35, 14.23). En deltager siger ligeud: "Jeg synes godt at skønhed kan være naturlig skønhed jo, og det er det bare ikke her. Der er skønhed dims og dut i hovedet" (DR, 2019, ep.2, 15.06).

I 2018 indførtes der en ny delkonkurrence i Miss Danmark: Miss Natural Beauty. Her udvælges den smukkeste kvinde på baggrund af et forudgående fotoshoot gennemført uden makeup. Delkonkurrencen vidner om, at "naturlig skønhed" bliver en vigtig kvalitet i den kropslige performance af konkurrencens feminine ideal. Det kan ses som en interesse fra konkurrencens side i at kommunikere, at kvinder også kan være smukke uden makeup. Det er en interessant spænding, idet idealet i konkurrencen ellers kræver en meget specifik styling, der ikke kan læses som naturlig, og fordi kvinderne i alle andre situationer relateret til konkurrencen (i officielt pressemateriale, i billeder og videoer på Miss Danmarks sociale medier, på scenen til selve konkurrencen, på dansk TV eller til forskellige events) med Lents egne ord fremstår red carpet-ready.

En deltager, som tager sin makeup af straks efter et photoshoot, møder direktør Lisa Lents på badeværelset. "Nå, så gad du ikke det der makeup-show mere?" kommenterer hun. Deltageren undviger svaret, og indvender, at hun skal med tog og bus hjem. Lents svarer: "Jamen jeg skal ud at handle" (DR, 2019, ep.2, 14.03). Dette kan læses som en irettesættelse af deltageren, der ved at tage makeuppern af viser, at hun ikke er investeret i at leve op til de semiotiske modes, som stylen Skønhedsdronning indebærer. Lisa Lents fortæller senere kvinderne: "Når vi sidder her og kigger, så observerer vi også hvor professionelle I er, hvor meget I brænder for det" (DR, 2019, ep.2, 20.49). Denne kommentar falder efter en bootcamp-dag, hvor flere kvinder er blevet irettesat for at have taget stiletterne af ud på eftermiddagen og sat sig ned i stedet for at øve catwalk. Lents sammenholder her professionalisme med kvindernes vilje til at portrættere et smilende, friskt og stilet-iført ideal. I en Facebook besked skriver hun senere til deltagerne:

"Det går simpelthen ikke at sætte sig ned eller stille sig i et hjørne og ikke gide øve catwalk og poseringer. Alle har ondt i fødderne, så man sætter sig ikke bare ned og tager skoene af osv. hvis man ikke har fået det at vide" (DR, 2019, ep.2, 22.47)

Her bliver det klart, at de kvinder, som ikke lever op til konkurrencens krav til påklædning og opførsel, bliver irettesat: Villigheden til at iføre sig den rigtige makeup og det rigtige fodtøj bliver kommenteret, og manglen på samme bliver set som et tegn på, at deltageren er uprofessionel.

DANSKHED OG ETNICITET

I litteraturreviewet tog jeg fat i Mattsson og Petterssons "Crowning Miss Sweden - National Constructions of White Femininity", som argumenterede for, at feminin skønhed i 1950'ernes Miss Sweden blev sidestillet med "svenske" fysiske attributter, såsom blå øjne og blondt hår. I dette afsnit vil jeg undersøge Miss Danmark konkurrencens kommunikation i forbindelse med danskhed og skønhed. Jeg vil undersøge, om "danske" fysiske attributter som blå øjne og blondt hår prises eller hyldes gennem top placeringer, og jeg vil undersøge, hvordan finalister med anden etnisk herkomst end dansk placerer sig i konkurrencen. Jeg er for det første interesseret i, hvordan etnicitet bliver italesat i relation til danskhed på konkurrencens forskellige platforme. På Miss Danmarks hjemmeside under "Ofte stillede spørgsmål" står der:

"Flere mener at en "rigtig" Miss Danmark skal være blond og have blå øjne, da det repræsenterer danskhed bedst, og mange mener, at en pige med f.eks. mørkt hår eller en mørkere hudfarve ikke

bør kunne vinde. Danmark er et multikulturelt land, og vi i organisationen mener, at en kvinde med udenlandske rødder, som er vokset op i Danmark og føler sig dansk, eller et adoptivbarn er lige så værdig til at repræsentere Danmark” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*).

I dette citat afvises antagelsen om, at fysiske træk som blå øjne og blond hår (og følgelig hvid hud) bedst repræsenterer danskhed. Det forudsættes, at der i samfundet eksisterer en forståelse af dansk udseende som blåøjet og blondt, men denne forståelse udfordres. Afvisningen underbygges med det argument, at Danmark er et multikulturelt land. At Danmark er multikulturelt fremsættes som en naturlig sandhed, hvilket kan afsløre noget om de diskurser, som citatet taler ind i. Jeg vil argumentere for, at der her tales ind i en danskheds-diskurs. Forståelser af danskhed reproduceres, og i dette citat er “danskhed” ikke nødvendigvis defineret af fødested eller herkomst, men forstås nærmere som en følelse af tilhørsforhold. At være “vokset op i Danmark” beskrives i citatet implicit som en forudsætning for denne følelse af danskhed. Et andet eksempel fra konkurrencens kommunikation, som kan sige at bakke op om denne forståelse af danskhed, findes på konkurrencens facebookside, hvor det annonceres, at konkurrence fra 2019 vil åbne op for muslimske deltagere:

* Kvinder der bærer tørklæde er meget velkomne,
dog er det meget vigtigt for os at du har støtte fra din
familie omkring din deltagelse, samt at du ønsker at
være ambassadør for kvinder med tørklæde. ❤️
I tilfælde af at man bliver udvalgt som én af vores 30
finalister, vil man blive fritaget for den obligatoriske
badetøjsrunde, og der bliver fundet en anden smuk
og kreativ påklædning.
👩👩👩👑❤️

Ved at fritage muslimske deltagere fra den obligatoriske badetøjsrunde åbner konkurrencen op for en religiøs minoritet i Danmark, som procentvis er en hel del mindre blondt og blåøjet end det danske gennemsnit. Dette støtter implicit op om en diskursiv repræsentation af Danmark som et multikulturelt land, og en forståelse af “danskhed” som uafhængig af fødested eller herkomst. Også brugen af emoji kan siges at understøtte dette: Der benyttes tre emoji-kvinder med forskellige hudfarver, en krone og et hjerte. Set i kontekst af Miss Danmark konkurrencen kan dette siges at konnotere mangfoldighed, skønhed og kærlighed. Dansk skønhed beror følgelig ikke på etnicitet eller religion. Dette stemmer fint overens med et citat, som jeg har beskæftiget mig med i foregående afsnit, hvor det fremsættes, at “danske skønheder kommer i alle højder, drøjder, farver og typer” (Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*). Her bliver etnicitet - eller “farve” - sidestillet med attributter såsom højde og vægt, og på denne måde bliver etnicitet reduceret til at være en fysisk attribut, der ifølge citatet ikke virker udelukkende fra kategorien dansk skønhed. Som de tidligere afsnit imidlertid har vist, så lader både “højde og drøjde” til at have en vis betydning til trods for konkurrencens udsagn om modsatte. Af denne grund har jeg undersøgt, hvordan deltagerne fordeler sig på øjenfarve, hårfarve og etnicitet.

Jeg startede med en simpel optælling af, hvor mange af kvinderne blandt top 30 finalisterne i årene 2015-2018, der havde blondt hår. Det viste sig at være 57 ud af 120. Når de brunøjede blondiner blev sorteret fra, var der 53 tilbage, hvilket svarer til 44,2% af alle deltagerne. Kigger man udelukkende på de kvinder, der har sikret sig placering i top 3, ses en lignende fordeling: Her er 5 ud af 12 både blonde og blåøjede, hvilket svarer til 41,7%. Jeg vil derfor argumentere for, at der ikke lader til at være en specifik bias for blondiner i udvælgelsen af top 3. Derefter foretog jeg en opdeling af deltagerne i europæisk og ikke-europæisk af udseende (se mere i afsnittet *Deltagerprofiler*). Her viste det sig, at 25 ud af 120 var ikke-europæisk af udseende, svarende til 20,8%. Denne procentdel overraskede mig positivt. Ifølge Danmarks Statistik er 13,8% af Danmarks befolkning indvandrere og efterkommere⁸. Det er ikke muligt at sammenligne direkte med dette tal, grundet det faktum, at en person i denne statistik regnes for at være af dansk oprindelse, så længe han eller hun har én forælder, der både er født i Danmark og har dansk statsborgerskab (Danmarks statistik, n.d.). Alligevel kan sammenligningen give et indtryk af, at Miss Danmark med sine 20,8% følger rimelig godt med, når det kommer til etnisk repræsentation. I top 3 var 3 ud 12 deltagere af ikke-europæisk udseende, hvilket svarer til 25%. Der lader altså heller ikke til at være en bias for europæisk udseende i udvælgelsen af top tre.



Deltager Shania Iversen ikklædt sit nationalkostume 2017

De kvinder, der deltager i konkurrencen, og især de kvinder der sikrer sig topplaceringer, er med til at kropsliggøre konkurrencens version af et feminint ideal. Dette kønnede ideal spiller en rolle i konstruktionen af nationalitet. Jeg vil med ovenstående tal argumentere for, at et specifikt

“dansk” udseende med blå øjne og blondt hår (og implicit, hvid hud) ikke er et afgørende element i den kropslige performance af konkurrencens feminine ideal. Dermed er etnicitet ikke afgørende for etablering af nationalt tilhørsforhold inden for konkurrencens kontekst. Dansk tilhørsforhold etableres på anden vis i konkurrencen, eksempelvis gennem pressefotos taget foran det danske flag, ved delkonkurrencen iført nationalkostumer (eksempler fra 2017 tæller Den Lille Pige med Svovlstikkerne, en royal garder, H. C. Andersen, og VM-sejren i 92), og ved artikler fra diverse lokalaviser med overskrift såsom ”Julie fra Skovlunde kan blive Miss Danmark”, ”Ingen krone til Vestfyen” eller ”Miss Danmark kommer fra Parmagade”. En kortlægning af de måder, hvorpå nationalt tilhørsforhold og danskhed konstrueres gennem konkurrencen, kræver nærmere undersøgelse, og fremtidige undersøgelser kan med fordel tage afsæt i de nævnte eksempler.

⁸ 1. kvartal 2019

612.904 indvandrere, 187.614 efterkommere.

I alt: 800.518 ud af 5.811.413 = 13,8%

DELKONKLUSION

I de foregående afsnit er jeg kommet ind på de krav, der stilles til den kropslige performance af konkurrencens feminine ideal. Med andre ord har jeg undersøgt, hvordan deltagerne ser ud, og hvordan visse fysiske træk bliver udelukket eller fremhævet gennem konkurrencens struktur og diskurs. Afsnittene har vist os, at deltagerne i deres bestræbelser på at performe konkurrencens feminine ideal ofte må gå en svær balancegang: Den perfekte Miss Danmark skal være sund, men ikke fanatisk sund. Hun elsker at spise, men det må ikke kunne ses. Hun må gerne "have former", men hun er ikke overvægtig. Hun elsker at dyrke sport, men hun er ikke fanatisk omkring det. Hun skal være høj og slank, men samtidig prise konkurrencens manglende krav til højde og vægt. Hun skal være naturligt smuk, men altid iført fejlfri og omfattende makeup. Hun er ikke for bred, ikke for smal, ikke for meget, ikke for lidt. Inden for konkurrencens kontekst holdes Miss Danmark vinderen op som et eksempel på den perfekte kvinde, og vinderen fungerer dermed som et styrende ideal for deltagere, publikum og de mange tusind følgere på sociale medier. Af denne grund finder jeg det problematisk, at konkurrencen italesættes som en hyldest af alle slags kroppe, alle slags højder, alle slags vægt, men samtidig kun præsenterer et relativt snævert udsnit af kroppe. Den gode nyhed er dog, at performancen af femininitet indenfor konkurrencens kontekst ikke lader til at fungere undertrykkende i relation til etnicitet.

KAPITEL 2 - SKØNHEDSDRONNINGENS VÆRDIER

I det forrige kapitel har jeg beskrevet, hvordan Miss Danmark konkurrencen igennem sin diskurs og struktur konstruerer et feminint ideal i relation til krop og udseende. Dog nævnes det gentagne gange - både på konkurrencens hjemmeside, Facebookside, i deltagernes skønhedsprofiler og i interview præsenteret i dokumentaren Miss Perfect - at konkurrencen ikke kun handler om det ydre. Ifølge direktør Lisa Lents bedømmes deltagerne mere på deres personlighed end deres ydre - cirka 65% af bedømmelsen beror på personlighed og 35% skønhed (DR, 2019, ep.5, 25.22). Jeg vil vove at påstå, at udseendet har en større betydning end som så - som det blev antydnet i foregående kapitel. Det betyder dog ikke, at de såkaldte "indre værdier" er uden betydning. Skønhedsdronningen bør besidde (eller performe) et meget specifikt sæt af værdier og kvaliteter, og disse er afgørende i konstruktionen af det feminine ideal, der præsenteres i konkurrencen. I de følgende afsnit vil jeg gennemgå disse.

SKØNHED KOMMER INDEFRA

Et godt udseende italesættes i flere eksempler som sekundært og som værende i et afhængighedsforhold med "indre skønhed" (DR, 2019, ep.5, 23.54; bilag 2, 2.24, 4.4, 5.15, 7.15, 10.25, 11.33, 13.24, 13.33, 14.21, 16.3, 17.6, 19.29, 20.6, 21.37, 24.5, 25.10, 26.8, 29.3, 31.8, 33.28, 34.13, 36.24, 38.25, 39.17, 41.9, 43.30, 46.38, 47.1, 47.16, 49.28, 53.9, 56.21, 58.24, 62.4, 63.16, 64.27, 65.18, 67.4, 69.23, 72.10, 75.26, 78.3, 81.13, 84.20, 85.20). Når deltagerne i deres skønhedsprofiler svarer på spørgsmålet "Hvad er skønhed for dig?", er det forsvindende få af dem, der beskriver ydre kvaliteter. Kodningen af teksten afslører, at ordet "skønhed" oftest italesættes som afhængende af disse kvaliteter:

1. Godhjertet - At være empatisk, hjælpe andre, behandle andre godt og have et godt hjerte
2. Positiv - At udstråle livsglæde, have en positiv indstilling og smile meget
3. Selvsikker - At hvile i sig selv, være selvsikker og kende eget værd

Disse tre kategorier er de hyppigst forekommende i deltagerens beskrivelser af skønhed idet de alle forekommer 15(+) gange. Anskues skønhed som et nodalpunkt, kan beskrivelser som smilende, hjerte af guld, positivt sind, smittende livsglæde, sunde værdier etc. ses som en ækvivalenskæde, der giver mening til nodalpunktet. På denne måde gør deltagerne en indsats for at italesætte skønhed som noget, der afhænger af personlighed og indre kvaliteter. Som en deltager skriver: “Uden gode indre værdier betyder det ydre ingenting” (bilag 2, 81.16). En anden deltager fortæller mere uddybende:

“Det kan ikke nytte noget, at en person er utrolig smuk, og så ikke har hjertet på det rette sted. Skønhed for mig kræver, at man udstråler sundhed og velvære, positivitet og – vigtigst af alt – behandler andre, som man selv ønsker at blive behandlet” (bilag 2, 43.30)

Deltageren bruger her ordet *kræver*, hvilket indikerer, at deltagerens forståelse af skønhed er direkte afhængigt af en tilstedeværelse af kvaliteter som sundhed, positivitet og en god behandling af andre. Skønhed “nytter” ikke noget, hvis hjertet ikke er på det rette sted. Denne



En deltager hjælper sin konkurrent med at overvinde hendes frygt for højder i forbindelse med delkonkurrencen Miss Sport

italesætning af skønhed som afhængigt af indre værdier er symptomatisk for deltagerens skønhedsprofiler, og ses desuden også i dokumentaren “Miss Perfect”, hvor dommere og mentorer Aisha Hansen og Helena Heuser bliver interviewet sammen med direktør Lisa Lents. Her fortæller de om sammenhængen mellem det indre og ydre:

Lents: Man skal jo have et bestemt look, det kan man ikke komme udenom

Hansen: Ja, man skal have et bestemt look

Heuser: Ja, det skal man. Men man kan også sige, at hvis en kvinde.. eller en pige kan jo sagtens være ekstremt smuk, men hvis det indre så...

Hansen: Jamen så ryger det hele

Heuser: ... ligesom fader lidt, så ryger det ydre også

(DR, 2019, ep.5, 23.54)

Udseendet mister ifølge denne logik sin betydning, og kvinden skønhed “ryger”, hvis hendes “indre” er dårligt. Det er interessant at lægge mærke til, at selvom andre vigtige kvaliteter såsom målrettethed og en interesse i sport italesættes som vigtige dele af det feminine ideal (se “En

velproportioneret krop” og “målrettet som min mor”), så er der ingen af disse, der ved deres fravær direkte underkender læsningen af en kvinde som smuk.

Denne diskursive repræsentation af skønhed som noget, der afhænger af godhjertethed, positivitet, selvsikkerhed med mere, indgår implicit i en diskursiv kamp imod en anden forståelse af skønhed - navnlig skønhed som “ydre skønhed”. Skønt denne forståelse ikke tildeles meget plads i deltagernes skønhedsprofiler (med undtagelse af, når der spørges ind til deres bedste fysiske træk), så kan denne forståelse siges at ligge implicit i konkurrencens struktur, idet kvinderne konkurrerer om titlen som Danmarks smukkeste kvinde. På sin vis opponerer konkurrencens eksistensgrundlag en diskursiv repræsentation af skønhed som “indre skønhed”. Denne spænding er interessant, og udsagnet om, at skønhed kommer indefra, kan klinge en smule hult i denne specifikke kontekst. Jeg vil dog argumentere for, at en deltager, som ikke i tilstrækkelig høj grad performer ovenstående kvaliteter, ikke udfylder konkurrencens feminine ideal og dermed formindsker sine vinderchancer drastisk, lige gyldig hvor smuk hun ellers er.

GODHJERTEDE ANGELINA JOLIE

Når talen falder på, hvem deltagerne ser op til, er der specielt én kvinde, der går igen: Skuespilleren Angelina Jolie. Flere af deltagerne fortæller om, hvordan de ser op til Jolie, hvordan de gerne vil være som hende, eller om hvordan Jolie er en inspiration for dem (bilag 2, 2.32, 7.23, 13.24, 21.29, 22.4, 38.28, 72.10). Deltagerne roser hende overvejende for to kvaliteter: Hendes skønhed og hendes involvering i velgørhedsarbejde. En deltager skriver eksempelvis:

“Hun er for mig definitionen på skønhed [...] Hun er gude smuk udenpå, men også indeni, og det hjerte af guld som hun har gør hende, for mig, til det smukkeste menneske i verden [...] Hendes mimik, godhed og elegance fascinerer utrolig meget. Hun har udført ufattelig meget humanitært arbejde hvilket også gør hende til en god rollemodel for alle andre” (bilag 2, 72.10)

Ved at italesætte Jolie som “definitionen på skønhed”, fremhæve hende som en god rollemodel og påpege beundringsværdige egenskaber ved hendes person afslører deltageren noget om sin forståelse af ideelle (kvindelige) kvaliteter: En kvinde bør være smuk, både udenpå OG indeni. Jolie er i mange år i træk blevet hyldet for at være verdens smukkeste kvinde, og derudover har hun modtaget indtil flere priser for humanitært arbejde, adopteret tre forældreløse børn og er goodwill ambassadør for UNHCR



Deltager Natasja Kunde blev 3rd runner up ved Miss Danmark konkurrencen 2018 og repræsenterede efterfølgende Danmark ved Miss Grand International i Myanmar

(Wolfe, 2018). På denne måde kombinerer hun et godt udseende med det, som deltageren kalder "et hjerte af guld". Jeg vil argumentere for, at netop denne blanding af altruisme og et smukt ydre er en vigtig del af Miss Danmark konkurrencens feminine ideal.

Velgørenhedsarbejde er en vigtig del af konkurrencens struktur. Miss Danmark organisationen arbejder ud fra programmet "Beauty With A Purpose", og støtter hvert år en valgørenhedsorganisation. Derudover skal hver deltager vælge et valgørenhedsprojekt at skabe opmærksomhed omkring (Miss Danmark, n.d., *Om...*). Til det store finaleshow kåres den kvinde, som ifølge dommerne har valgt eller udformet den mest værdige valgørenhedssag, i en delkonkurrence ved navn Miss Beauty With A Purpose. Som jeg før har argumenteret, kan delkonkurrencerne ses som en manifestation af de krav, der stilles til deltagernes performance af femininitet. Kåringen af Miss Beauty With a Purpose vidner om, at en godhjertet natur og en interesse for valgørenhed er en afgørende kvalitet i konkurrencens feminine ideal. Vigtigheden af denne kvalitet understreges af, at valgørenhed på Miss Danmarks hjemmeside beskrives som organisationens hjertejern (ibid), at det er et krav til ansøgere, at de har "lyst til at gøre en forskel", og at deltagerne blandt andet bedømmes på deres "taleevner og engagement i valgørenhedsarbejde" (ibid). Der skrives desuden: "Der lægges i stor grad vægt på indre værdier såsom ambitioner, intelligens, empati og personlighed. Udover det, vægtes viljen og lysten til at udføre frivilligt arbejde og valgørenhed ret højt, som er kernen i Miss Danmark" (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*).

Dommer og mentor Aisha Hansen fortæller, at ideen bag konkurrencen er, at deltagerne kan bruge deres ydre skønhed til at sætte fokus på valgørenhed (DR, 2019, ep.4, 10.42). Et godt udseende omtales som et værktøj, der kan bruges til at dirigere offentlighedens opmærksomhed mod en værdig sag. Denne forståelse spejles af flere af deltagerne, når de omtaler et smukt ydre eller en Miss Danmark titel som et middel til at hjælpe andre mennesker (DR, 2019, ep.4, 11.10, 13.04; bilag 2, 22.38, 54.25, 65.22, 85.25). Et eksempel på dette ses i denne deltagers begrundelse for, at hun valgte Miss Danmark fremfor andre skønhedskonkurrencer: "Årsagen [...] var blandt andet på grund af valgørenhedsdelen. Det ultimative for mig vil være at kunne bruge mig selv til at skabe opmærksomhed omkring en vigtig sag og hjælpe andre" (bilag 2, 54.25). Deltageren benytter sig af ordet bruge – hun vil gerne *bruge* sig selv til at skabe opmærksomhed. En anden deltager udtaler på lignende vis: "Her får man ligesom lov til rent faktisk at *bruge* sit udseende til noget. Noget godt og at kunne gøre en forskel" (DR, 2019, ep.4, 11.10). Jeg finder denne forståelse af et godt udseende som et værktøj til at opnå og dirigere opmærksomhed interessant. Et smukt ydre italesættes ikke som et mål i sig selv, men nærmere som et middel til et mål. På denne måde flyttes fokus fra konkurrencens præmis, hvor kvinderne bedømmes og udvælges på deres udseende, og konkurrencens engagement i valgørenhed fremhæves.

Vigtigheden af valgørenhed og godhjertethed fremhæves altså gennem deltagernes valg af Jolie som rollemodel, gennem konkurrencens struktur i form af delkonkurrencen Miss Beauty With a Purpose og den obligatoriske valgørenhedsmiddag, i teksten på konkurrencens hjemmeside og ved italesættelsen af ydre skønhed som et middel til at skabe opmærksomhed omkring valgørenhed. Derudover italesættes skønhed som det sås i forrige kapitel som værende i et afhængighedsforhold gode "indre værdier". Dermed skabes en diskursiv repræsentation af, at den ideelle kvinde er godhjertet og engageret i valgørenhed.

YDMYG, POSITIV OG TAKNEMMELIG

Som nævnt i afsnittet *Skønhed kommer indefra* bliver positivitet nævnt som en af de kvaliteter, som en kvindes skønhed afhænger af. Denne værdi bliver der også lagt stor vægt på fra dommernes side, og vigtigheden af en positiv indstilling understreges ved, at det er medtaget som et officielt krav til deltagerne (Miss Danmark, n.d., *Krav...*). Et stort smil er ifølge Miss Danmark organisationen en vigtig del af en skønhedskonkurrence (Miss Danmark, n.d., *Nyheder...*), og det er ifølge direktør Lisa Lents af central betydning, at deltagerne fremstår smilende, åbne og imødekommende i sociale situationer (DR, 2019, ep. 5, 6.00). Under “Ofte stillede spørgsmål” uddybes dette yderligere, idet der bliver svaret på spørgsmålet om, hvorfor kvinderne altid forventes at udvise engagement og smil igennem en fuld bootcamp dag iført stiletter og makeup: “På den her måde tester man også pigernes væremåde [...] Er de professionelle og imødekommende selvom de har ondt i fødderne og er trætte? Tager de udfordringerne med et smil?” (Miss Denmark, n.d., *Ofte...*). Her bruges ordet “teste”, hvilket afslører, at det smilende ansigt udadtil ikke forventes at forekomme naturligt - tværtimod indikerer ordbruget, at det at være imødekommende og tage “udfordringerne med et smil” kræver en bevidst indsats, som deltagerne kan testes på. Deltagernes villighed og evne til at fremstå smilende og positive under alle forhold er altså vigtig i performancen af konkurrencens feminine ideal.

Meddommer og mentor Aisha Hansen fortæller, at netop deltagerne evne til at vedblive med at smile afslører noget om deres attitude. Hun forklarer videre: “Jeg tror også det er meget vigtigt for os, at vi har jo haft SÅ mange piger igennem sådan en her casting proces, at de piger, vi faktisk har her, er taknemmelige for at være her” (DR, 2019, ep. 3, 20.00). Denne udtalelse indikerer, at taknemmelighed er en vigtig del af deltagerne performance. Mange af deltagerne lader til at være opmærksomme på dette, idet de bruger plads i deres skønhedsprofiler på at udtrykke taknemmelighed, både over for deres forældre, deres liv generelt og deres mulighed for at få lov til at deltage i konkurrencen (bilag 2, 7.3, 30.37, 34.19, 38.24, 41.8, 47.8, 51.2, 54.4, 57.2, 59.22, 67.2, 71.4). En deltager skriver eksempelvis:

“Jeg er enormt taknemmelig for at få lov til at deltage i konkurrencen, så det ville være en meget stor ære at skulle stå i spidsen for Danmark. Jeg har viljestyrken til at vinde, så jeg vil gøre mit ypperste for at hive sejren hjem, så vores kære Danmark kommer på verdenskortet” (bilag 2, 71.4)



Helena Heuser udklædt som snedronningen i forbindelse med sin deltagelse i Miss Universe 2018

Deltageren udtrykker her sin taknemmelighed for, at hun har fået lov at deltage i konkurrencen, samtidig med at hun lover at gøre sit “ypperste” for at vinde. Jeg finder dette interessant, da det vidner om en spænding, der lader til at gå igen: Deltageren forventes at beskrive sig selv som målrettet og italesætte sin placering i konkurrencen som et resultat af egen indsats og hårde

arbejde, men samtidig skal deltageren udvise taknemmelighed og ydmyghed og dermed italesætte placeringen som noget, der er blevet givet dem. Deltageren beskriver det desuden som en ære at skulle "stå i spidsen for Danmark". Hele 26 ud af 30 deltagere beskriver det ligeledes som en ære at få lov til at repræsenterer Danmark i en international skønhedskonkurrence (bilag 2, 4.3, 6.5, 8.38, 10.7, 14.24, 17.12, 20.8, 23.11, 26.12, 32.22, 34.22, 37.3, 39.24, 42.6, 44.25, 47.21, 51.9, 54.36, 57.23, 61.6, 65.25, 67.35, 71.5, 76.11, 79.17, 82.19). Dette kan ses som en indikation af, at deltagerne er opmærksomme på, at taknemmelighed og ydmyghed vægtes højt i konkurrencen. 9 af deltagerne nævner ydmyghed direkte, enten i beskrivelsen af deres rollemodeller eller i fremhævnningen af deres egne positive kvaliteter (bilag 2, 2.25, 3.31, 20.12, 25.14, 32.22, 41.35, 47.8, 50.2, 81.15). Kvinderne lader altså til at være opmærksomme på, at de forventes at fremstå smilende, ydmyge og taknemmelige. Dette er en vigtig del af konkurrencens feminine ideal.

DEN INDRE BEYONCE

Som nævnt i afsnittet *Skønhed kommer indefra*, så beskriver mange af deltagerne, at skønhed for dem handler om at være selvsikker eller at hvile i sig selv. Som dommer og ambassadør Aisha Hansen udtaler: ”Den perfekte Miss Danmark kandidat, hun er selvfølgelig en kvinde, som tror på sig selv, en rigtig powerkvinde” (DR, 2019, ep.1, 5.57). Hansen benytter sig af ordet ”selvfølgelig” – dette indikerer, at Hansen ser det naturligt og indlysende, at det er en vigtig kvalitet hos Miss Danmark kandidater at ”tro på sig selv”. Den ideelle Miss Danmark kandidat bliver omtalt som ligeglad med andres mening (bilag 2, 3.29, 70.28), hun er stolt af sig selv (bilag 2, 20.12, 39.25, 42.6, 53.11, 63.18, 65.27, 79.19, 85.21, 85.24) og hviler i sig selv (bilag 2, 2.24, 5.15, 7.19, 7.24, 17.1, 21.37, 25.12, 28.35, 32.5, 36.4, 36.29, 38.26, 41.35, 47.7, 53.11, 56.22, 62.5, 65.15, 69.24, 70.27). Som en deltager udtaler: ”Altså embrace yourself, og værd glad for hvad du kan, i stedet for at lade andre trække dig ned (DR, 2019, ep.4, 20.36). Denne kvalitet er en vigtig del af konkurrencens feminine ideal. Som jeg vil komme nærmere ind på i afsnittet



Vinderen af Miss Danmark 2018, Louise Sander Henriksen, i spotlyset ved det store finaleshow

Cultural contradictions, så oplever flere af deltagerne at omverdenen ser dårligt på deres deltagelse i konkurrencen. Blandt andet af denne grund er det af stor betydning, at den ideelle Miss Danmark ikke lader sig ”tynde af andres holdninger og samfundets mening til hvordan man skal være” (bilag 2, 3.29). Denne selvtilid beskrives af direktør Lisa Lents som at være i kontakt med sin ”indre Beyonce”. En deltager forklarer: ”Den indre Beyonce, det er en person som er ligeglad med hvad andre tænker og faktisk bare gør tingene helt overdrevent. Men overdrevet på en fed og elegant måde” (DR, 2019, ep.3, 11.02). Netop det, at gøre ”tingene helt overdrevet”, uden at bekymre sig om, hvad andre tænker, bliver utroligt vigtigt i konkurrencens kontekst, hvor deltagerne netop performer deres køn på en måde, der kan læses som overdreven og af denne grund risikerer at blive mødt med negativ respons fra deres omverden (en pointe, som jeg vil uddybe i afsnittet *Fællesskab uden fordomme*). Den gentagne italesætning af, at den ideelle kandidat er en ”vaskeægte powerkvinde”, som har fundet frem til sin ”indre

Beyonce”, er selvsikker, ”hviler i sig selv” og er ligeglad med andres mening, betyder, at der konstrueres en diskursiv repræsentation af ideel femininitet, hvor *selvsikkerhed* bliver en vigtig kvalitet. Deltagerne forventes ikke nødvendigvis at have denne selvsikkerhed fra start af – faktisk beskrives konkurrencen flere gange som et middel til netop at opnå denne selvtilid gennem hård træning (Miss Danmark Facebook, 2016b; P1, 2019). Eksempelvis beskriver vinder Amanda Petri i sin takketale:

”At være Miss Danmark har været en dannelsesrejse, hvor jeg har lært at hvile i mig selv mere end nogensinde. Jeg har lært at turde stå frem og være stolt af, hvem jeg er, hvilket jeg har kunnet bruge i mine bestræbelser på at kunne være et forbillede for andre” (bilag 5)

Her ses det, at konkurrencen italesættes som en ”dannelsesrejse”, der hjælper Petri til at udvikle sig og opnå større selvtillid. Jeg vil komme nærmere ind på, hvordan en deltagelse i Miss Danmark italesættes som en forandringsproces i afsnittet *Transformation som Powermove!*.

MÅLRETTET SOM MIN MOR

Under Miss Danmark hjemmesidens ”Ofte stillede spørgsmål” kan det læses, at dommerne leder efter en vinder med ”fighter-mentalitet”, som brænder efter at vinde, har ambitioner i livet, og alt i alt er en ”vaskeægte powerkvinde” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Derudover er det et krav til



alle ansøgeren, at hun er ”selvstændig, konkurrencemindet og ambitiøs” (ibid). Citaterne her beskriver en række kvaliteter, som deltagerne forventes at besidde, og som jeg i min analyse har valgt at samle under én kategori, som jeg kalder ”målrettethed”. Tekststykker kodes under kategorien målrettethed, når de præsenterer narrativer, der handler om at forfølge sine mål, drømme eller ambitioner gennem hårdt arbejde eller på anden vis konnoterer en ambitiøs, hårdtarbejdende, konkurrenceminded, beslutsom, præstationsorienteret (etc.) personlighed. Denne kategori er uden sammenligning den oftest forekommende kategori i deltagernes skønhedsprofiler, og den er at finde i samtlige skønhedsprofiler

(bilag 2, 3.30, 5.31, 7.13, 8.12, 9.32, 10.23, 11.32, 15.26, 20.3, 21.35, 24.35, 25.16, 28.25, 29.11, 31.3, 31.18, 32.5, 32.9, 32.22, 33.24, 36.17, 36.31, 38.20, 39.13, 41.31, 43.25, 47.11, 51.12, 54.21, 56.18, 57.13, 58.33, 59.14, 64.21, 65.15, 66.12, 69.17, 70.30, 75.21, 76.4, 78.34, 79.4, 81.20, 82.13, 83.4). Deltagerne præsenterer et narrativ, hvor de ved hjælp af hårdt arbejde og målrettethed forfølger og når deres drømme. I 8 ud af de 30 skønhedsprofiler ses det, at deltageren direkte bruger ordet ”målrettet” til at beskrive sig selv (bilag 2, 5.31, 11.32, 28.25, 32.5, 36.31, 66.12, 70.30, 76.4). Herudover er der to af deltagerne, som beskriver sig selv som ambitiøse (bilag 2, 3.30, 20.3), tre beskriver sig selv som piger med ”ben i næsen” (bilag 2, 8.17, 11.13, 85.13), og to fortæller at de har masser af ”gåpåmod” (bilag 2, 10.23, 34.22). Anskues ”målrettet” som et nodalpunkt, kan ord som *vaskeægte powerkvinde*, *fighter-mentalitet*, *selvstændig*, *konkurrenceminded*, *ambitiøs*, *ben i næsen* og *gåpåmod* ses som en ækvivalenskæde, der meningsudfylder nodalpunktet.

Som vi så i tidligere afsnit holder deltagerne i flere tilfælde Angelina Jolie op som et inspirerende forbillede. Der er dog én kvinde, som kan give Jolie kamp til stregen som deltagernes foretrukne rollemodel: Mor (bilag 2, 7.13, 43.25, 59.14, 69.17, 75.21, 77.36, 81.8). Hvor Jolie oftest beundres for sin kombination af godhjertethed og skønhed, fremhæves moderen for sin målrettethed. En deltager skriver eksempelvis, at hendes mor altid inspirerer hende til at yde sit bedste og ”præstere højere” (bilag 2, 69.22). En anden deltager fortæller, at hendes mor altid har opfordret hende til at ”tage kampen op”, hvis der er noget, hun gerne vil, og at moderen har lært hende ”at være uafhængig og stærk” (bilag 2, 59.14). En tredje deltager skriver således: ”Min mor er lige fyldt 50 år for nylig og har gennemført sin femte triatlon og et halvmaraton. Hun har så meget selvspekt, selvdisciplin, standhaftighed og viljestyrke hvilket ifølge mig er noget alle

kan lære af” (bilag 2, 43.25). Her fremhæves moderens sportslige præstationer, og disse sammenholdes med moderens besiddelse af karaktertræk som “viljestyrke” og “selvdisciplin”. Fælles for de nævnte eksempler er, at deltagerne i deres publicerede skønhedsprofiler fremhæver og beundrer kvaliteter hos moderen, som kan bidrage til en læsning af moderen som “målrettet” - dette kan tyde på, at deltagerne oplever, at denne kvalitet bliver vurderet højt i performancen af konkurrencens feminine ideal.

En gennemlæsning af de 30 skønhedsprofiler afslører desuden en bred vifte af interesser og hobbyer: Ridning, retorik, ballet, politik, vægtløftning, fitness-træning, cheerleading, madlavning, makeup og matematik er blandt eksemplerne. Fælles for dem alle er, at deltagerne beskriver disse interesser med entusiasme: De *elsker* at løbetræne, de *brænder* for at lære nye sprog, musik og dans er deres *passion* i livet. Jeg vil argumentere for, at det er deltagernes indstilling til disse fritidsaktiviteter, snarere end selve aktivitetens indhold, som har betydning. Som der står på Miss Danmarks hjemmeside: “Succes kan måles på mange måder og vi prøver altid at finde piger, som har én eller anden passion og ambition” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Dommerne leder altså efter deltagere, der udviser ambition, eller som er succesfulde, men hvordan denne succes tager form, lader til at være mindre betydningsfuldt. Det bliver til en vigtig del af det feminine ideal, at deltagerne har interesser og mål, og at de forfølger dem. Delkonkurrencer som Miss Talent, Miss Intelligence og Miss Sport, hvor deltagerne bedømmes på deres tilkæmpede evner frem for deres udseende, understreger vigtigheden af dette.

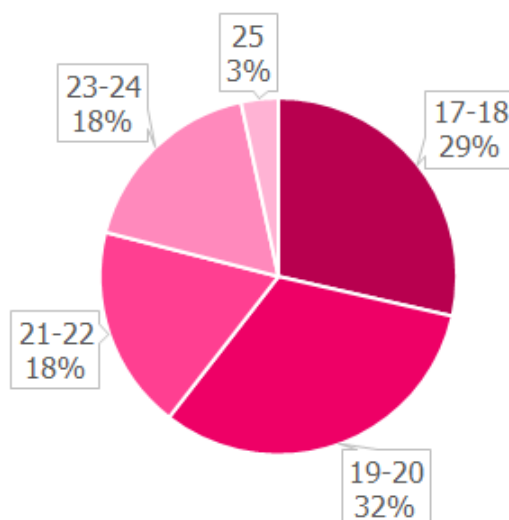
Jeg vil argumentere for, at deltagernes og dommernes gentagne italesætning af vigtigheden af kvaliteten målrettethed – både i skønhedsprofiler, på Miss Danmarks hjemmeside, under ”krav til ansøger” og i forbindelse med delkonkurrencerne Miss Sport, Miss Intelligence og Miss Talent – konstruerer en diskursiv repræsentation af ideel kvindelighed, som har hegemoni inden for konkurrencens kontekst, og som fungerer som et styrende ideal for kvinderne.

JOMFRUELIGHED

Deltagerne ved Miss Danmark skal være mellem 17 og 24 år ved tilmelding (og kan derfor nå at fylde 25 inden konkurrencen løber af stablen)⁹. Kigger man på, hvordan deltagerne fordeler sig på alder, ses det, at der er en overvægt af kvinder i den lave ende af aldersintervallet.

⁹ Aldersgrænsen er blevet udvidet for 2019 tilmeldingen, hvor konkurrencen igen er delt op i to. Aldersgrænsen er følgelig 18-27 år for Miss Universe Denmark, imens den forbliver 17-24 år for Miss Danmark.

MISS DANMARK DELTAGERE FORDELT PÅ ALDER (2015-2018)



Deltagerne til Miss Danmark er altså generelt unge, og gennemsnittet for alder lander på 20,2 år. Dette betyder, at der indgår konstruktioner af ungdommelighed i Miss Danmark konkurrencens feminine ideal - en smuk kvinde er også en ung kvinde. Dette understreges ved, at det er et krav for deltagelse i konkurrencen, at ansøgerne er ugifte og barnløse. Det begrundes med, at kvinder, som vinder den nationale konkurrence og bliver sendt videre til de internationale, skal rejse og arbejde meget og derved vil have svært ved både at opfylde pligterne som skønhedsdronning, mor og hustru (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Som følge heraf undertrykkes konstruktioner af moderlighed og huslighed til fordel for konstruktioner af ungdommelighed. Et krav om fravær af romantiske og familieorienterede bånd gør desuden "tilgængelighed" til en vigtig kvalitet i konstruktionen af ideel femininitet. Dette understreges yderligere ved, at deltagerne ikke må kommunikere på de sociale medier, at de har en kæreste, og at de forventes at "tale udenom", hvis medierne spørger ind til deres kærlighedsliv (DR, 2019, ep.3, 24.50; ep.3, 25.58). Direktør Lisa Lents uddyber:

"Det er utrolig vigtigt at man husker at skelne mellem at være ambassadør for Miss Danmark og være privat person. Vi har fuld forståelse for, at det er nogle unge piger, vi har med at gøre, som skal have lov til at feste, som skal have lov til at have kærester, som skal have lov til at nyde deres liv, men det er ikke noget man behøver at poste over det hele på sociale medier" (DR, 2019, ep.3, 25.02)

Lents udtrykker altså, at deltagerne gerne må have kærester, så længe det forbliver en del af deres privatliv. I offentligheden og på de sociale medier forventes deltagerne at fremstå uden romantiske bånd. Med direktør Lisa Lents' egne ord kan der altså siges at være en "lille smule jomfruelighed over konkurrencen" (DR, 2019, ep.3, 27.45). I ovenstående citat kommer Lents ind på, at deltagerne gerne må feste, så længe det ikke fremgår af deres sociale medier. Kvinderne må heller ikke ryge eller drikke (DR, 2019, ep.1, 0.44) - eller rettere sagt, så må de ikke ryge eller drikke i offentligheden eller på billeder på de sociale medier. Disse krav indeholder nogle implicite antagelser om god opførsel. Lents udtaler, at der er fuld forståelse for, at pigerne i kraft af deres ungdom "skal have lov til" at feste - men samtidig italesættes rygning og indtag af alkohol som aktiviteter, der ikke kan forenes med konkurrencens feminine ideal, og som derfor bør holdes skjult. Der er tale om en kønnet performance af dydighed, som ikke nødvendigvis forventes at blive opretholdt til hver en tid, men som er passende for visse situationer og publikummer.



Vinderen fra 1932, Aase Othlo Barfoed Holten (født Clausen), blev kåret som Miss Europe og havde en ganske kort karriere som skuespiller, inden hun blev gift.

En kvalitet, der heller ikke forenes med konkurrencens ideal, er tydelig seksualitet. Jeg skriver tydelig, idet konkurrencens ideal kan siges at være seksuelt i den henseende, at den unge, kvindelige krop fremvises iført bikini, fuld makeup, røde læber og høje hæle og udstilles på en scene foran et publikum. Alligevel er det et krav for ansøgning, at kvinderne ikke har "udfordrende billeder" på nettet (DR, 2019, ep.1, 0.43), og at de aldrig har optrådt nøgent eller pornografisk (Miss Danmark, n.d., *Krav...*). Skulle det alligevel komme frem, at en deltager har udfordrende billeder i sin fortid, vil hun blive diskvalificeret, og den organisation, som har sendt hende til en international konkurrence, vil blive frataget deres licens i et år (ibid). Dette kan siges at støtte op om et ideal, der indeholder konstruktioner af jomfruelighed. Sagt på en anden måde, så må deltagerne gerne være sexede, men ikke seksuelle.

Disse ting i samspil - deltagernes unge alder, fraværet af romantiske bånd og deltagernes performance af dydighed - bidrager til konstruktioner af ideel femininitet, hvor ungdommelighed, jomfruelighed og moralsk renhed bliver vigtige kvaliteter. Den ideelle Miss Danmark er på den ene side er uskyldig og dydig, men samtidig er hun romantisk tilgængelig og stillet til skue.

DELKONKLUSION

I de foregående afsnit er jeg kommet ind på de krav, der stilles til deltagernes "indre værdier". Som det også ses i kapitel 1 understøtter disse krav et ideal, som er meget modsætningsfyldt. Deltagerne skal udvise taknemmelighed og italesætte deres placering i konkurrencen som en ære, men samtidig skal de fremstå som målrettede powerkvinder, der har opnået denne placering gennem eget hårde arbejde. De skal være ydmyge, men samtidig have masser af selvtillid. De skal mene, at indre skønhed er vigtigst af alt, men samtidig gå op i deres udseende og se godt ud.

De skal elske at blive fremvist i badetøj på scenen og dermed performe en seksualitet der designet til at blive vurderet, men de skal samtidig fremstå jomfruelige og “rene”. Derudover skal de være evigt positive, hjælpsomme og involveret i volontørarbejde.

I litteraturreviewet kom jeg ind på begrebet woman-as-nation, som bruges til at beskrive den måde, hvorpå diskurser omkring femininitet og nationalisme er stort set uadskillelige. Når et feminint ideal konstrueres og rekonstrueres i Miss Danmark konkurrencen gennem en relationel diskurs omkring udseende, opførsel og “gode” eller “sunde” værdier, så bidrager det ifølge denne logik også til konstruktioner af danskhed. Som Balogun (2012) argumenterer, så fungerer kvinder i højere grad end mænd som bærere af tradition og symboler for modernitet. Måske er spændinger mellem traditionelle og moderne opfattelser af ideel kvindelighed skyld i, at det feminine ideal i Miss Danmark er så modsætningsfyldt. Kvinderne kan ses som bærere i tradition i den forstand, at de udviser “traditionelle” kvindelige dyder såsom altruisme, ydmyghed, taknemmelighed og jomfruelighed, imens de samtidig fungerer som symboler for modernitet i kraft af deres uddannelse, karrieremæssige ambitioner, deres sportslige præstationer, deres selvtillid og villighed til at stå i rampelyset. Miss Danmark pigens performance og kropsliggørelse af kulturelle og sociale værdier kan siges til en vis grad at afspejle det danske samfund og dets forventninger til kvinder. Det er dog værd at have for øje, at konkurrencen ikke nyder stor popularitet i Danmark, og at dens indflydelse på samfundet generelt (og samfundets indflydelse på konkurrencen) ikke nødvendigvis er lige så stor, som det ses ved andre nationale skønhedskonkurrencer. Miss Danmarks feminine ideal kan i lige så høj grad være farvet af den tværnationale “pageant-verdens” kulturelle og sociale værdier, som konstrueres og rekonstrueres i gensidig påvirkning mellem de forskellige lande og selve konkurrencen.

MISS DANMARKS FEMININE IDEAL

VIGTIGE KVALITETER

MÅLRETTET

Har ambitioner og går benhårdt efter sine mål både inden for sport, karriere, hobbyer etc.

SMUK

Har en “velproportioneret” krop, er høj og har et smukt ansigt. Overholder og udviser entusiasme omkring konkurrences krav til styling.

POSITIV

Er altid positiv, smilende og imødekommende. Brokker sig ikke.

SELVSIKKER

Hviler i sig selv og tror på sig selv. Nyder at blive fremvist.

JOMFRUELIG

Ung og uden romantiske bånd til mænd

SUND

Går op i sund mad og er i god fysisk form.

GODHJERTET

Interesserer sig for velgørenhed, er hjælpsom og empatisk

TAKNEMMELIG

Udtrykker taknemmelighed og ydmyghed over at få lov til at deltage i konkurrencen

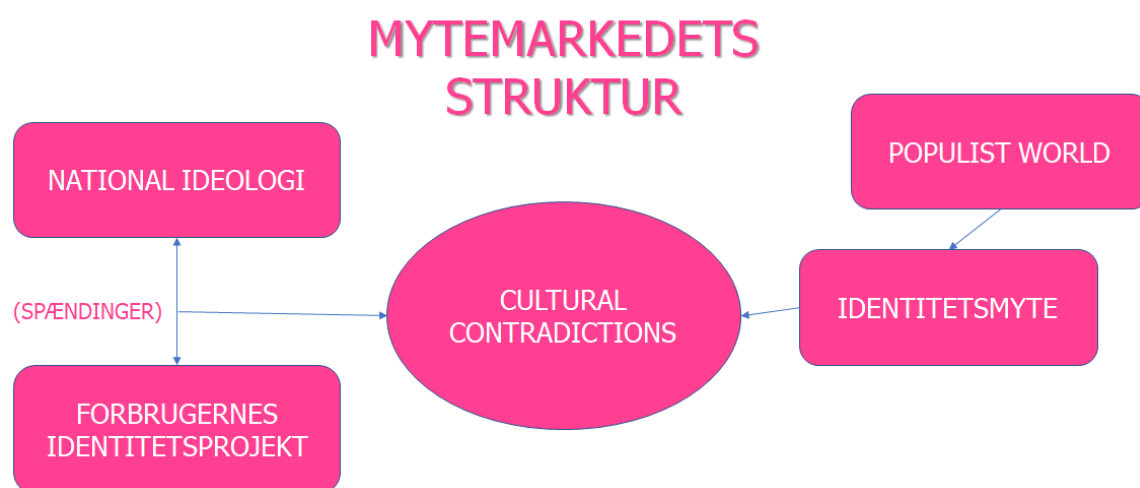
KULTUREL BRANDING

Den forrige analysedel beskæftigede sig med, hvordan et feminint ideal konstrueres gennem Miss Danmark konkurrencens struktur og diskurs. I denne analysedel vil jeg komme ind på, hvordan dette ideal kan undersøges ud fra Douglas Holts teori omkring mytemarked og kulturel branding. Denne analysedel har til formål at præsentere en refleksion over, hvordan konkurrencens version af et feminint ideal kan indeholde en identitetsværdi for nogle forbrugere, og hvordan performancen af dette ideal kan opleves som frigørende.

Jeg vil benytte mig af Holts begreber, og jeg vil derfor referere til deltagere, ambassadører og andre kvinder (og i teorien også mænd), der engagerer sig i konkurrencen, som forbrugere. Jeg vil desuden referere til konkurrencens feminine ideal som en model, der konkurrerer med andre modeller i samfundet om at definere ideel femininitet, kvindelighed og kvindelig succes.

KAPITEL 3 – SKØNHEDSDRONNINGENS MYTEMARKED

I de første tre afsnit vil jeg forsøge at kortlægge det mytemarked, som konkurrencen eksisterer i, ved at beskæftige mig med mytemarkedets tre grundsten: Populist world, national ideologi, og cultural contradictions. Disse afsnit har til formål at præsentere en overvejelse over, hvorvidt forbrugerne kan opleve nogle spændinger mellem deres identitetsprojekt og den nationale ideologi, som kan skabe behov for en identitetsmyte. I det fjerde afsnit vil jeg omme ind på, hvordan det feminine ideal, der konstrueres gennem konkurrencen, kan ses som en identitetsmyte, og jeg vil reflektere over, i hvor høj grad denne myte kan siges at udglatte og løse



spændinger.

EN PRINSESSEVERDEN

En identitetsmyte udspiller sig ifølge Holt i en populist world – en fiktionel verden eller univers, som er adskilt fra forbrugerens hverdag og fra elitær kontrol, hvor et antal forbrugere finder sammen omkring fælles interesser og ideologier (Holt, 2004, 9). Både deltagere og ambassadører kommer med udtalelser, der beskriver en bestemt “verden” eller et “univers”. En deltager

fortæller eksempelvis: “Miss Danmark universet er jo et univers fuld af glamour og glimmer og prinsesser” (DR, 2019, ep.1, 11.49). En anden deltager fortæller på lignende vis:

“Den verden, jeg er trådt ind i, er en glamour-glitter verden, rigtig lyserød, pige, masser af store fine kjoler og høje stiletter. Når jeg går catwalk, så giver det sådan en sitrende fornemmelse i kroppen. Altså jeg sprudler af glæde” (DR, 2019, ep.1, 18.35)

Deltageren beskriver her en verden. Med Holts perspektiv skal dette ikke ses som en fysisk eksisterende virkelighed, men nærmere som en fiktion. Denne fiktive verden er ikke tidsligt eller rumligt begrænset til Miss Danmark konkurrencen, men defineres snarere af en række attributter. Her beskriver deltageren verdenen med ordene glamour, glitter, lyserød, pige, store fine kjoler og høje stiletter. Disse ord kan siges at danne en ækvivalensskæde, hvor forskellene mellem ordene udviskes og lighederne fremhæves. Flere af disse ord har konnotationer, der er umiskendeligt feminine. Tilsammen beskriver de en populist world, som jeg herefter vil betegne som en ”prinsesseverden”.

Hverdag og glitter

I ovenstående citat afslører deltageren, at hendes indtræden i det, som hun kalder en “glamour-glitter verden”, giver hende en følelse af glæde. Det at gå catwalk – hvor deltageren indtager rampelyset og dermed står i centrum af den omtalte verden – får deltageren til at ”sprudle af glæde”. Det lader altså til, at der ligger en værdi for deltageren i at engagere sig i en verden, som er lyserød og piget. Jeg finder den beskrevne glædesfølelse interessant – hvad præcis gør denne verden så attraktiv for deltageren?

I citatet benytter deltageren sig af udtrykket at *træde ind i* den nævnte verden, og i dette ordvalg findes måske en del af svaret. Det antyder, at verdenen er adskilt fra deltagerens dagligdag. Denne pointe bliver understreget af, at et engagement i den beskrevne verden kræver en specifik form for styling af hår, makeup, negle og påklædning, som ofte ligger langt fra forbrugernes hverdag. Som en deltager udtrykker det: “Og man går fra en hverdag, hvor man bare var helt almindelig skolepige, og så lige pludselig at kunne få lov at udleve sin prinsessedrøm” (DR, 2019, ep.1, 27.40). Denne indtræden i en prinsesseverden tillader forbrugeren at se sig selv i et nyt lys. Som en deltager fortæller: “Det fede ved skønhedskonkurrencer, det er jo, at



En finalist forvandles, 2018

man først og fremmest bliver stilet, og man ser jo sig selv på en helt anden måde i forhold til, hvordan man er i dagligdagen” (DR, 2019, ep.1, 24.01). Her lægger deltageren vægt på stylingen som et afgørende element i processen med at fjerne sig selv fra hverdagen og se sig selv i en ny

kontekst. Stylingen er et væsentligt, semiotisk element i Skønhedsdronningens style set fra et Faircloughsk perspektiv - og den er ikke nødvendigvis forbeholdt Miss Danmark deltagerne. Gennem en investering af tid og energi (og en god sum penge) kan den almindelige forbruger også opnå denne style. Dette kan ses som en form for initiationsproces, hvorigennem den almindelige, kvindelige forbruger kan træde ind i en prinsesseverden og performe et feminint ideal. Måske ligger der en værdi for forbrugeren i, at Prinsesseverdenen er markant adskilt fra forbrugers hverdag. Miss Danmark konkurrencen kan siges at tilbyde en form for fiktivt frirum.

Tidligere i dette speciale tog jeg fat i et citat fra Miss Danmarks hjemmeside, hvor det blev understreget, at skønhed kommer i alle "højder, drøjder, farver og typer" og at Miss Danmark ikke er perfekt, da hun er "ligesom alle andre" (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Dette virker umiddelbart modstridende, ja direkte dobbeltmoralsk, idet konkurrencen med direktør Lisa Lents egne ord er en "jagt på den perfekte kvinde" (DR, 2019, ep.1, 1.06). Ses citatet i forbindelse med en indtræden i en prinsesseverden, som er adskilt fra hverdagen, træder en ny fortolkning dog frem: Miss Danmark er ikke perfekt - hun bliver perfekt. Ingen af deltagerne er fra start værdige til at indtræde i rollen som skønhedsdronning, men gennem motion, catwalk-træning, kost, styling og et benhårdt fokus på de rigtige værdier, transformeres deltagerne og træder dermed ind



En deltager i konkurrencen instrueres i korrekt holdning (årstal ukendt)

i en verden og et fællesskab, hvor de har mulighed for at performe perfektion. Lisa Lents understreger dette ved at fremhæve vigtigheden af de bootcamps, som kvinderne skal deltage i for at blive gjort klar til konkurrencen: "Det er jo en proces at komme ind i den her verden, og det er en udvikling, og der er nogle grænser der skal overskrides" (DR, 2019, ep.2, 16.22). Det bliver her tydeligt, at det at træde ind i den fiktionelle verden er en proces, og at det kræver en bevidst indsats. Det betyder også, at det præsenterede, feminine ideal bliver opnåeligt for den almindelige forbruger. På den måde kan ovenstående citat ses som målrettet den almindelige kvinde: Selv du kan blive Miss Danmark, hvis du er villig til at arbejde for det. Prinsesseverdenen tilbyder et transformationsnarrativ, som inviterer den almindelige forbruger til at indtræde i en subjektposition, hvor feminin perfektion (og dermed succes) ikke er medfødt, men tværtimod kan opnås gennem hårdt arbejde. Konkurrencen

kan med dette blik ses som en form for overgangsritual, hvor den unge, uprøvede pige trænes, forberedes og kronet, og derefter sendes ud i verden for at repræsentere sit land, hvorigennem hun fremhæves som et eksempel på kvindelig perfektion. Gennem disse narrativer om transformation og overgang – fra almindelig til perfekt, fra pige til dronning, fra lokal til global – tilbyder Prinsesseverdenen en myte, som kan have værdi for forbrugeren.

Fællesskab uden fordomme

Mentor, dommer og tidligere Miss Danmark deltager Aisha Hansen fortæller, at deltagelsen i konkurrencen skaber nogle stærke venskaber:

“Pigerne går hen og bliver veninder, og de får det her tætte, tætte bånd til hinanden. Så jeg tror, for os at få lov til at udleve det her, som vi elsker så meget, og så gøre det sammen med nogen, det gør noget helt særligt” (DR, 2019, ep.1, 19.26)



En gruppe deltagere i kapløbet om deltittlen Miss Sport, 2017

De stærke sociale bånd, som bliver fremhævet her, er ifølge Hansen opstået som følge af, at kvinderne har fundet sammen om en fælles interesse. Ifølge Holt er populist worlds netop konstrueret af grupper af mennesker, som udtrykker en specifik ideologi gennem deres aktiviteter. Disse interesser opfattes som autentiske, idet gruppe-medlemmerne er styret af deres egne interesser og har fundet sammen om disse frivilligt. Jeg vil argumentere for, at Miss Danmark konkurrencens deltagere, publikum og SoMe følgere danner et sådant fællesskab. Gruppen har sine egne perspektiver, regler og forståelser, som ikke nødvendigvis deles af omverdenen. En deltager kommenterer: “Miss Danmark universet er jo sådan lidt en lille bobbel, og der er ikke rigtig nogen uden omkring det, der forstår det på samme måde, som os der er med” (DR, 2019, ep.1, 27.27). Her bliver det tydeligt, at der er tale om et “os” og et “dem” - og at det kun er de inkluderede, der “forstår” Miss Danmark universet. Prinsesseverdenen kan på denne måde ses som værdifuldt for forbrugeren, idet det skaber en stærk følelse af fællesskab.

Et gennemgående træk i kommunikationen fra dem, som kan argumenteres at se sig selv som en del af dette fællesskab, er en brug af ordene “få lov”, “udleve” og “drøm” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*; DR, 2019, ep.1, 24.29, 25.37; bilag 2, 12.9, 14.17, 17.13, 20.13, 23.11, 39.24, 65.25, 74.10, 82.19, 51.5). Et glimrende eksempel kan findes på Miss Danmark konkurrencen hjemmeside under FAQ-siden. Her stilles spørgsmålet: “Hvad bidrager Miss Danmark konkurrencen med?”, og svaret lyder:

“Miss Danmark konkurrencen giver plads til, at unge kvinder kan få lov til at udtrykke sig selv og hylde sin femininitet uden at skulle bekymre sig om janteloven. Deltagerne får en unik chance

for at udleve deres prinsessedrømme, og være den bedste version af dem selv, uden at der bliver set negativt herpå” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*).

Der er meget at pakke ud i dette citat, men jeg finder frasen “få lov til” særlig interessant, idet den indikerer, at unge kvinder ikke normalt har lov til at udtrykke sig selv og hylde deres femininitet. Konkurrencen præsenteres som en platform, hvor dette er muligt. Formuleringen antyder, at kvinderne kan opnå en frihed gennem konkurrencen, som de ikke normalt har. Dernæst finder jeg brugen af verbummet udleve interessant, idet det forudsætter eksistensen af nogle bagvedliggende drømme eller behov, som enten kan undertrykkes eller udleves. Ifølge direktør Lisa Lents er disse drømme og behov noget, som de fleste piger deler: “Jeg tror at de fleste piger har en eller anden prinsessedrøm i sig. Der bare noget med flotte, store kjoler med palietter og bling-øreringe” (DR, 2019, ep.1, 24.29). Prinsessedrømmen bliver her beskrevet som en naturlig del af den kvindelige oplevelse, idet “de fleste piger” formodes at have den. Meddommer Aisha Hansen tilføjer, at der ikke er noget bedre end “en stor cupcake dress og glamour og glimmer og det store hår”, og hun drager



En gruppe finalister ser på billeder sammen med direktør Lisa Lents (siddende på hug) backstage, 2018

derefter en sammenligning mellem at iføre sig disse og at komme i kontakt med sin feminine side (DR, 2019, ep.1, 24.41). Jeg vil argumentere for, at konkurrencen bliver italesat som en mulighed for kvinderne for netop at komme i kontakt med deres feminine side, og at denne mulighed fremsættes i en oplevet kontekst af ikke at være tilladt at være feminin. På den måde bliver det at “udleve deres prinsessedrømme” italesat som en form for generobring af det feminine. Deltagerne ifører sig ikke bare flotte kjoler, de opfylder nogle drømme og behov, som er dybt forankret i den kvindelige oplevelse. Den samme oplevelse af, at konkurrencen kan være et frirum fra fordomme, ses i denne deltagers udtalelse:

”Så er det en verden, hvor der ikke er noget, der er “for meget”, når det kommer til udseendet. Man kan gå lige så meget amok, som man vil. Der har ikke været noget flovt over, at man kommer fuldstændig dressed up søndag morgen” (DR, 2019, ep.6, 27.25).

Her kommenterer deltageren på, hvordan konkurrencen tillader en æstetik, der ikke normalt er socialt accepteret – men inden for konkurrencens rammer er der ikke noget “flovt” over det. Denne observation leder mig til spørgsmålet: Hvad menes der, når det implicit fremsættes, at kvinder ikke normalt har lov til at hylde deres femininitet? Konkurrencen er et frirum – men

frirum fra hvad? Når konkurrencen gentagendte præsenteres som en unik mulighed for at få lov til at udleve en drøm, så må det forudsættes, at der findes nogle restriktioner, der normalt forhindrer dette. Disse restriktioner beskrives af dommere, mentorer og deltagere som fordomme i samfundet (DR, 2019, ep.1, 25.45; ep.3, 22.14; ep.4, 14.35, 15.41; bilag 2, 45.19; Miss Danmark, n.d., *Ofte...*) og som en konsekvens af janteloven (DR, 2019, ep.1, 25.45, 25.37; Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Det vil jeg komme nærmere ind på i næste afsnit.

CULTURAL CONTRADICTIONS

Når nationens indbyggere forsøger at skabe identifikation med den nationale ideologi, og når de forsøger at opnå nationens definition af individuel succes, skal det ses som en del af deres identitetsprojekt. Hvis forbrugerens ønskede identitet ikke kan forenes med denne lighedsideologi, skaber det nogle spændinger, der kaldes Cultural Contradictions. Jeg vil argumentere for, at eksemplerne fra forrige afsnit tyder på, at der eksisterer nogle spændinger mellem den nationale ideologi – eksempelvis i form af ”janteloven” – og identitetsprojekterne blandt dem, som engagerer sig i prinsesseverdenen. Disse spændinger manifesterer sig som intense ønsker og bekymringer. Flere steder i min empiri afslører, at deltagerne oplever at være bekymrede for omverdenens reaktion. Disse kan overordnet deles op i to kategorier: Bekymringer for at blive opfattet som uintelligent, dum eller overfladisk som følge af interesse i skønhedskultur og eget udseende, og bekymringer for at blive dømt af omverdenen som følge af brud på janteloven.

Smuk, men dum

Den første form for bekymring eksemplificeres i denne udtalelse fra en deltager:

“Der er rigtig mange fordomme i Danmark om skønhedskonkurrencer, og at det er bare rent overfladisk, at de der dumme piger, de kan jo ikke andet, end bare at se pæne ud. Folk forventer ikke, at sådan nogle lyshårede piger de også kan være ambitiøse og intelligente og sådan noget” (DR, 2019, ep.4, 14.35)

Her udtrykker deltageren bevidsthed omkring en række fordomme, som hun oplever i samfundet. Hun fortsætter med at fortælle, at hun gennem sin deltagelse i Miss Danmark håber på at kunne bryde med disse fordomme og vise, at man både kan være smuk, intelligent og interesseret i store



Aino Korwa, som blev 1st runner up ved Miss World 1963, er den eneste dansker i historien med en top 5 placering

kjoler. Flere andre deltagere udtrykker på lignende vis ambitioner om at bryde med samfundets fordomme gennem deres deltagelse i konkurrencen (DR, 2019, ep.1, 26.53; ep.4, 14.35, 15.41; bilag 2, 20.4, 47.18, 63.13). Som en deltager skriver i sin skønhedsprofil: “Jeg kan forhåbentlig være med til at aflive myten om den dumme blondine og vise, at selvom jeg elsker at stadse mig ud, så har jeg også andet og mere at byde på” (bilag 2, 20.4). De samme fordomme adresseres gennem Miss Danmarks struktur, hvor deltittlen “Miss Intelligens” blev indført i 2018, og desuden på Miss Danmarks hjemmeside: Her nævnes det, at der i det danske samfund findes fordomme om, at skønhed, intelligens og talent ikke passer sammen, at deltagerne ikke har noget mellem ørerne, at de er overfladiske, og at deltagerne har “catfights” med hinanden (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Direktør Lisa Lents fortæller, at der i Danmark findes en fordom om, at deltagere i skønhedskonkurrence er uintelligente, og at hun bliver irriteret over gentagent at skulle forsvare konkurrencen (DR, 2019, ep.3, 22.14). Disse gentagne eksempler på, at deltagere og dommere er opmærksomme på, at deres interesse og medvirken i skønhedskonkurrencer kan blive mødt med fordomme om, at de er uintelligente eller fjollede, og deres gentagne forsøg på at afvise eller modbevise disse fordomme, afslører en bekymring for at blive opfattet således.

Hvem tror hun, at hun er?

For det andet kan spændingerne føre til en intens bekymring for, at omgivelsernes vil reagere negativt som følge af et brud med janteloven. Antropologen Kusum Gopal beskriver i sin artikel “Janteloven - modviljen mod forskellighed”, hvordan ideologien bag den danske velfærdsstat betyder, at lighed i en dansk kontekst konnoterer ensshed. Denne lighed er ikke til diskussion, hverken kulturelt set eller som politisk eller økonomisk styreform, men bliver taget for givet (Gopal, 2000, 29). Det betyder ikke, at ulighed mellem eksempelvis klasser og køn forsvinder, men at de bliver mere diskrete og skjulte (Gopal, 2000, 30). Janteloven kan ses som et moralsk imperativ, der understøtter implicite antagelser i den danske, nationale ideologi om, at lighed (som ensshed) er godt og ønskeligt, imens ulighed (som forskellighed) er dårligt. I min empiri ses et eksempel, hvor en deltager udtrykker bekymring i forbindelse med, at hun bryder med denne del af den danske nationale ideologi: Deltageren oplever, at der bliver snakket om hende, fordi hun har valgt at tage et sæt meget høje stiletter på i skole for at øve sig i catwalk (DR, 2019, ep.3, 22.53). Hun udtrykker nervøsitet over, hvad de andre elever må tænke:

“Der bliver talt om mig. Ej, prøv lige at se hende der, hvorfor har hun de sko på og ej, hvem tror hun, hun er. Jeg tror ikke, at jeg er noget, jeg kæmper bare for mine drømme (DR, 2019, ep.3, 23.04).

Deltageren udtrykker flere gange nervøsitet over, at hun oplever, at de andre elever bagtaler hende eller kigger på hende. Dette eksempel er interessant, idet deltageren ved sit ordvalg afslører, at hun er bevidst omkring jantelovens vigtigste bud: Du må ikke tro, at du “er” noget (Rømhild & Schack, 2009). Dette er i konflikt med deltagerens ønske om at iføre sig høje stiletter på en almindelig skoledag, hvilket fører til spændinger, der manifesterer sig som en bekymring for, hvad de andre elever må tænke om hende.

I min empiri fremhæves janteloven flere gange direkte som en faktor, der begrænser kvinderne (DR, 2019, ep.1, 25.37, 25.45; ep. 5, 11.51; Miss Danmark, n.d., *Ofte...*). Det fremsættes, at janteloven ikke gælder inden for konkurrencens rammer, og konkurrencen bliver beskrevet som en mulighed for at være sig selv (bilag 2, 51.5), eller for at være den, man ønsker at være (DR, 2019, ep.1, 25.37; ep. 5, 11.45), hvilket indikerer, at nogle af kvinderne oplever, at dette ikke normalt er muligt. Dommer og mentor Helena Heuser fortæller eksempelvis: “Du får lov til at

lægge janteloven helt til side, man får lov til egentlig at være den... den man egentlig gerne vil være, uden at man bliver dømt” (DR, 2019, ep.1, 25.37). Denne beskrivelse afslører, at Heuser er bevidst om, at hun ved at påtage sig sin ønskede identitet risikerer at blive “dømt” af omverdenen. Dette kan tyde på, at der eksisterer nogle cultural contradictions mellem Heusers (og ligesindedes) identitetsprojekt og den nationale ideologi.

Der er brug for en myte

I disse eksempler oplever kvinderne at føle sig begrænsede - enten af janteloven eller af et sæt af fordomme, som eksisterer uden for konkurrencen. Det kan være fordi, at den nationale ideologi ikke tillader dem at finde nydelse og stolthed i at blive udstillet i rampelyset og på scenen og dermed adskille sig fra mængden. Det kan også være fordi, at den nationale ideologi ikke tillader dem at engagere sig i prinsesseverdenens overdrevne og feminine æstetik, da denne i høj grad strider imod en ideologi om lighed som enshed - det er i hvert fald svært at falde ind i mængden iført fuld beauty queen styling. Eller måske er det fordi, at den nationale ideologi ikke tillader en æstetik, der til en vis grad beror på økonomisk status og dermed synliggør klasseforskelle, idet både stylingen og påklædningen ofte kræver, at der bliver grebet dybt i lommerne. Måske oplever kvinderne, at deres udseende og deres interesse i prinsesseverdenen betyder, at de ikke bliver taget seriøst eller måske endda bliver opfattet som fjollede eller uintelligente. Måske har kvinderne svært ved at forene deres ønskede identitet med en national ideologi, hvor lighed konnoterer enshed og markante kønsforskelle udviskes. Dette kan skabe intense længsler efter et miljø, hvor kvinderne kan dyrke feminine interesser og performe femininitet og samtidig opnå anerkendelse/undgå negative konsekvenser. Ifølge Holt skaber denne slags spændinger et behov for symbolske løsninger i form af myter (Holt, 2004, 59). I det næste afsnit vil jeg komme ind på konkurrencens feminine ideal set som en myte, der kan løse disse spændinger.

MYTEN: POWERPRINSESSEN

Ifølge Holt har mennesker altid haft brug for myter. Myter er simple fortællinger, hvis karakterer og plot skaber resonans hos modtageren (Holt, 2003). Vi bruger myter til at finde mening i vores oplevelser og vores liv, til at undertrykke bekymringer og til at svare på det evigt nagende spørgsmål: Hvem er jeg? I dette afsnit vil jeg komme ind på Miss Danmark konkurrencens feminine ideal set som en myte, som jeg vil benævne ”Powerprinsessen”. Jeg vil først beskrive, hvordan Skønhedsdronningen kan ses som et ikon, der fungerer som bærer af myter relateret til kvindelig succes. Dernæst vil jeg beskrive, hvordan Powerprinsessen langt hen af vejen trækker på en meget velkendt myte omkring kvindelig succes, navnlig askepot-myten, og – endnu vigtigere – hvordan Powerprinsessen adskiller sig fra den klassiske Askepot.

Skønhedsdronning med stort S

Skønhedsdronningen (med stort S) kan siges at have opnået status som et kulturelt ikon: En ting eller en person, som fungerer som et repræsentativt symbol for et sæt af værdier (Holt, 2004, 1). Ifølge Holt er et kulturelt ikon en indkapslet myte. Ikoner har mere vægt end almindelige myter, idet ikonet giver myten en konkret form - oftest er denne form en succesfuld person, som eksempelvis Barack Obama, J. K. Rowling, Bob Marley eller andre offentlige personer i politik, sport, musik, film etc. Gennem denne personificering bliver myten mere tilgængelig for forbrugeren (Holt, 2003). Disse myter indeholder ofte implicite antagelser omkring, hvordan (kønnet) individuel succes defineres. Skønhedsdronningen kan anskues som et kulturelt ikon, der præsenterer et narrativ omkring kvindelig succes. Skønhedsdronningen adskiller sig dog fra de nævnte eksempler, idet forskellige individer på tværs af tid og sted er trådt ind i rollen som

skønhedsdronning og dermed har kropsliggjort ikonet. Dette kan måske medvirke til, at myten opleves som endnu mere tilgængelig for den almindelige forbruger, idet et udsnit af forbrugerne rent faktisk har muligheden for selv at træde ind i denne rolle. Skønhedsdronningen er ikke en fast defineret karakter, idet rollen hvert år besættes af et nyt hold ”skuespillerinder” på tværs af en lang række forskellige kulturer. Igennem deres performance konstrueres og rekonstrueres det feminine ideal Skønhedsdronningen. Hvert land - og hver individuel konkurrence - kan siges at trække på dette feminine ideal, samtidig med at de yder deres individuelle præg på idealet.



To ikoniske figurer: Julemanden og Skønhedsdronningen (Josefine Hvirvelkjær, vinder af Miss Danmark 2015) ankommer til Århus juleparade.

I de tidligere afsnit har jeg undersøgt det feminine ideal, der konstrueres og rekonstrueres i Miss Danmark konkurrencen. Disse afsnit har vist os, at Miss Danmark kandidaterne ofte må balancere mellem forskellige værdier og kvaliteter, som kan virke uforenelige: De skal elske at spise, men det må ikke kunne ses. De skal være naturligt smukke, men altid iført makeup. De skal udvise ærbødig taknemmelighed for at blive placeret i konkurrencen, men samtidig italesætte den samme placering som et resultat af deres eget hårde arbejde. De skal være ydmyge, men have masser af selvtillid. De skal være jomfruelige, men skal elske at blive fremvist i badetøj på scenen. Den regerende Miss Danmark er en kropsliggørelse af dette ideal: Hun er et ikon.

Askepot-myten

Hvis Skønhedsdronningen kan ses som en bærer af myter, så er der én, som ikke kan ignoreres: Askepot-myten. Der findes tusindvis af varianter af askepot-myten verden over, men fælles for alle er, at hovedkarakteren er en ung kvinde af trange kår, hvis omstændigheder ændres radikalt. Den første skrevne version i Europa regnes for at være ”Cenerentola” (1634) i værket Pentamerone af Giambattista Basile. Senere populære versioner er nedskrevet af Charles Perrault (1697) og Brødrene Grimm (1812). Disse historier præsenterer et heltindenarrativ, hvor hovedkarakteren på trods af sin godhjertethed, venlighed og mildhed undertrykkes og behandles uretfærdigt, indtil en magisk karakter (eksempelvis Perraults Gode Fe eller Grimms ønsketræ) uventet træder til og transformerer hende, hvorefter hun opnår succes og anerkendelse ved at blive set og udvalgt af prinsen. Myten indeholder elementer af et ”rags to riches” narrativ, som også ses i eksempelvis den amerikanske myte om ”The Selfmade Man” (Holt, 2004, 57). Der er flere elementer ved myten, som er interessante i konteksten af dette speciale.

Belønnet for gode kvaliteter

For det første præsenterer askepotmyten et narrativ, hvor heltinden belønnes af andre for sine gode kvaliteter. Miss Danmark konkurrencen trækker på delvist på dette narrativ, idet deltagerne bliver udvalgt, uddannet, hjulpet, bedømt og kronet af mere erfarne mentorer og dommere, og idet de ”indre værdier” vægtes meget højt i denne proces. Det er desuden en vigtig del af konkurrencens feminine ideal at performe ydmyghed og taknemmelighed over for omstændighederne og mentorerne. Konkurrencen trækker dog kun delvist på et narrativ, hvor kvinden belønnes af andre: Som beskrevet i afsnittene *Hverdag til glitter* og *transformation som powermove* skal den ideelle Miss Danmark deltager samtidig være proaktiv og hårdtarbejdende i forfølgelsen af sine mål. Det vigtigste er dog, at det er indre kvaliteter som godhed og altruisme, der gør det muligt for kvinden at opnå succes. Hovedkarakteren har ikke gjort sig fortjent til dårlig behandling - hun er kanonisk *god*. En af deltagerne udtrykker en vis fascination med denne prinsessekarakter, og fortæller, at hun selv ønsker at være sådan:



Louise Sander Henriksen krones af sin forgænger Amanda Petri ved finaleshowet 2018

”Jeg er blevet fascineret af prinsesser, både i virkeligheden men også særligt i Disney film. Lige meget hvem de møder, så er de altid venlige og møder folk med et åbent sind, og de hjælper altid hvor de kan [...] Sådan vil jeg også gerne være. Jeg forsøger bare at være så god som muligt. Så ren som muligt” (DR, 2019, ep.1, 2.40)

Denne deltager efterstræber et feminint ideal, som hun efter eget udsagn har hentet fra Disney-film. Der eksisterer nogle intense ønsker hos deltageren om at blive sidestillet med dette ideal. Hun fortæller, at hun forsøger at efterleve idealet ved at være så ”god” og ”ren” som muligt. Dette eksemplificerer skønhedskonkurrencens fascination med prinsessekarakteren. Prinsessen indgår i et narrativ, hvor hun på grund af sine gode kvaliteter bliver hjulpet, og endelig bliver set og opnår succes og anerkendelse ved det royale bal.

Ballet – fra barn til voksen

I mange central- og østeuropæiske versioner ser prinsen først askepot til ballet, hvor “all beautiful girls of the country were invited, that the prince may choose a bride” (Dundes, 1988, 99). Askepotmyten understreger dermed vigtigheden af et offentligt og ritualiseret event, hvor kvinden kan blive set, bedømt og udvalgt¹⁰ - eksempelvis ved prinsens kongelige bal eller i rampelyset til en skønhedskonkurrence. Der er ikke tale om et privat møde eller en hemmelig stund: Hovedpersonen introduceres til en offentlig scene, hvor det omgivende samfund kan bære vidne til hendes succes. Williams (2009), hvis forskning blev beskrevet i litteraturreviewet, fremsætter at skønhedskonkurrencen som event kan ses som en rituel fejring af overgangen fra barn til voksen, eller nærmere, fra pige til kvinde (Williams, 2009, 10). Idet pigen krones med det

formål at blive sendt ”ud i verden” for at repræsentere sit nærmiljøs værdier og fortrin, bliver hun anerkendt som en ung kvinde (Williams, 2009, 37).

At denne fremvisning kan siges at fungere som et overgangsritual understreges yderligere gennem deltagerenes og mentorernes beskrivelser af konkurrencen som en udvikling fra ét stadie til et andet: De går fra at være en grim ælling til en smuk svane (bilag 2, 11.28; DR, 2019, ep.1, 5.33), at de udvikler sig til en smuk sommerfugl (bilag 2, 8.32), eller at de går fra at være en lille pige til at være en prinsesse (bilag 2, 8.27, 12.8, 20.8, 73.24, 82.15; DR, 2019, ep.1, 2.14, 27.40). Som en deltager skriver:

”Jeg valgte at deltage i Miss Danmark 2015 fordi jeg vil vise at selv svanen var en grim lille ælling engang. Som lille var jeg en rigtig lille spradebasse, jeg kartede rundt, altid beskidt og løb min far og farfar lige i hælene når de skulle i marken, men jeg er vokset siden og blevet til den målrettede kvinde jeg er i dag [...] Konkurrencen har [...] givet mig muligheden for at være den prinsesse jeg aldrig har været før” (bilag 2, 11.28).

Gennem en beskrivelse af sig selv som ”beskidt” og ”en spradebasse” understreger deltageren, at hun som barn ikke levede op til de krav, der stilles til en ung kvinde. Derudover beskriver hun, at hun som barn løb efter de to mandlige medlemmer af sin familie, når de skulle i marken – dette kan ses som en hentydning til, at deltageren som barn interesserede sig for mere maskuline aktiviteter. Dette sidestilles af deltageren selv med at være ”den grimme ælling”, og stilles dermed i et modsætningsforhold til det at deltage i konkurrencen og blive til ”den smukke svane”. Flere af deltagerne beskriver, hvordan de som små piger har været fascineret af prinsesser, skønhedsdronninger og modeller, og at deltagelsen i Miss Danmark dermed markerer opfyldelsen af en barndomsdrøm. En deltager skriver:

”Jeg har set skønhedskonkurrencer siden jeg var helt lille. Jeg havde VHS-bånd hvor jeg optog ALLE udsendelser om skønhedskonkurrencer og ALLE konkurrencer der blev vist på tv [...] Jeg så dem hver dag og flyttede sågar rundt på spisebord og tv i mine forældres stue og så jeg kunne gå min runde på samme tid som deltagerne på tv. Og jeg havde selvfølgelig både kjoler og badetøj på som dem” 73.24



En deltager kæmper sig igennem en militær forhindringsbane i konkurrencen om deltittlen Miss Sport, 2017

I dette citat står det klart, at kvindens deltagelse i konkurrencen tillader hende at træde ind i en rolle, som hun har idealiseret og imiteret siden barnsben. En anden deltager beskriver ligeledes, at skønhedskonkurrencer har været en stor del af hendes barndom (DR, 2019, ep.1, 8.39), og en tredje, at hun som lille var utroligt fascineret af ”Top Model”, og havde et stærkt ønske om at blive som dem (bilag 2, 8.27). I disse og lignende beskrivelser lader det til, at deltagerne får en vis tilfredsstillelse ud af at performe et bestemt ideal, og at denne performance kan siges at markere forvandlingen fra barn til voksen. Som jeg vil komme ind på i nedenstående afsnit, kræver denne forvandling en bevidst indsats.

Transformation som powermove!

Askepotmyten indeholder et transformationsnarrativ, hvor kvindens ydre forvandles, hvilket muliggør hendes deltagelse i ballet og sikrer hende prinsens opmærksomhed. Som vi så i afsnittet *Hverdag og glitter* trækker Miss Danmark konkurrencen i høj grad på dette narrativ, idet deltagerne i Miss Danmark konkurrencen får makeovers, bliver stylet og desuden gennemgår en træningsperiode med adskillige bootcamps. Parameswaran (2007) kommenterer i sin artikel "Global queens, national celebrities: tales of feminine triumph in post-liberalization India" på den samme tendens. Kvinder fra Miss India konkurrencen, som placerer sig højt internationalt, bliver i medierne omtalt som almindelige kvinder, der har opnået deres succes gennem benhårdt arbejde, udmattende træning og fysisk forvandling (Parameswaran, 2007, 346 + 356). Ifølge Parameswaran tilbyder disse skildringer forbrugeren en model for kvindelig succes: Forbrugeren inviteres til at indtræde i en subjektposition, hvor hendes professionalisme og dedikation til forvandlingsprocessen er bestemmende for, om hun opnår succes (Parameswaran, 2007, 357). Skønt kvinden får hjælp af adskillige Gode Feer i form af mentorer og trænere, så er hun til forskel fra den traditionelle askepotfigur langt fra en passiv tilskuer til sin egen forvandling.

Dette er en vigtig distinktion mellem Miss Danmark og den traditionelle askepotkarakter. Miss Danmark forventes, som vi så i afsnittet *Mållrettet som min mor*, at være både hårdtarbejdende, konkurrenceminded og mållrettet i alt, hvad hun gør, lige fra sin livsstil, sundhed, sport, fritidsinteresser, karriere, uddannelse og deltagelse i konkurrencen. Modsat askepot er hun ikke en passiv modtager, men en aktiv tager. Miss Danmark er beskrevet som en fighter, der aldrig giver op. Der er tale om en ung kvinde, der forfølger prinsesseidealet med samme drevne vigør, som hun forfølger alt andet i sit liv. Med andre ord er hun en POWERprinsesse.

Et frigørende ideal?

I arbejdet med dette speciale har jeg flere gange undret mig over, hvad deltagerne i konkurrencen får ud af deres medvirken. Der er ingen pengepræmier på spil – faktisk skal deltagerne betale for at komme til casting, for at blive medtaget i top 30, for at få deres familie med til finaleshowet og for at blive videresendt til de internationale konkurrencer (P1, 2019). Der lader ikke til at være megen social anerkendelse at opnå, idet konkurrencen ikke nyder stor popularitet i Danmark, og idet både deltagere og ambassadører lader til at være opmærksomme på, at deres medvirken kan blive mødt med negative reaktioner fra omverdenen. Det er ikke mange vindere, som siden har



30 kvinder udvælges hvert år til at deltage i konkurrencen og kæmpe om kronen

skabt sig karriere inden for mode- eller filmbranchen, som det ellers ses i nogle lande¹¹. Desuden klarer Danmark sig generelt dårligt inden for Miss Universe og Miss World. Så hvad får deltagerne ud af det?

De forrige afsnit kan måske kaste lys over spørgsmålet. Anskues konkurrencen ud fra Holts teori om kulturelt branding, kan konkurrencen siges at eksistere i (og konstruere) en populist world. Deltagerne opnår at blive del af et fællesskab, hvor de oplever at kunne dele interesser og ideologier med ligesindede. Dette i sig selv kan tænkes at være belønning nok for nogle forbrugere – som en deltager kommenterer i et nyligt podcast om konkurrencen, så har flere af deltagerne i konkurrencen ofte erfaring med at føle sig udelukket fra fællesskabet, at blive mobbet eller have lavt selvværd (P1, 2019; DR, 2019, ep.1, 12.52), og derfor kan løftet om et fordomsfrit fællesskab være tiltrækkende.

Med Holts begreber kan konkurrencens desuden siges at tilbyde en myte der på succesfuld vis udglatter de cultural contradictions, der må eksistere mellem forbrugernes identitetsprojekt og det nationale ideal. Flere af deltagerne udtrykker længsel efter at stå i rampelyset og blive sidestillet med en karakter, som flere har imiteret og idealiseret siden barnsben (det være sig skønhedsdronningen, Disney-prinsessen, ”Top Model”-deltageren el.lign.), og de udtrykker bekymring for at blive dømt eller mødt med negative reaktioner fra omverdenen i deres identitetsprojekt. Myten kan løse disse spændinger: Powerprinsessen er selvsikker, og omverdenens reaktioner påvirker hende ikke – hun er stolt af sig selv og sin krop, og hun udtrykker denne stolthed ved at fremvise den. Hun er feminin – *ultra* feminin – og hun skammer sig ikke over det. Myten tilbyder desuden et narrativ omkring kvindelig succes, der gør perfektion opnåelig. Gennem et narrativ omkring transformation, forandring og benhårdt arbejde inviterer myten den almindelige forbruger til selv at indtage hovedrollen, hvor hun vil opnå perfektion, anerkendelse og opmærksomhed og blive hyldet på en scene med applaus og titler. På sin vis kan dette anskues som en form for overgangsritual på linje med Debutante-ballet¹². Gennem dette narrativ om transformation og overgang – fra almindelig til perfekt, fra pige til kvinde, fra ælling til svane – tilbyder Miss Danmark konkurrencen en myte, som kan have værdi for forbrugeren.

Modsat askepot er Powerprinsessen ikke kommet sovende til hverken ballet eller sin egen transformation. Hun performer måske nok piget sødme, evig positivitet og jomfruelighed, men hun er samtidig en fighter, der bevidst har indtaget denne subjektposition. Som Williams kommenterer: ”The respondents I interviewed were not blindly and unknowingly lead into the “anti-feminist strictures” of the feminine pageant, but active and aware participants (Williams, 2009, 220). Deltagerne er ifølge Williams fuldstændig klar over, at de indgår i en performance – og de får et kick ud af det (Williams, 2009, 216). Dette perspektiv tillader os at se skønhedskonkurrencen som noget, der tilbyder (nogle af) deltagerne ”a certain level of empowerment and agency” (Williams, 2009, 5). Det, der ellers ofte beskrives som en objektivering af den kvindelige krop, kan ifølge Williams som en hyldest og fejring. Dette perspektiv afspejles på Miss Danmark konkurrencens hjemmeside, hvor der står:

¹¹ Undtagelser tæller Helena Christensen (vinder 1986) og Maria Hirse (vinder 1993)

¹² Et event, hvor en ung kvinde af høj byrd blev fremvist som voksen (og gifteklar) for sit samfund, oftest ved et offentligt bal. Disse er stadig at finde i nogle Amerikanske stater (MacCarthy, 2008)

”Ofte taler pressen om, at badetøjsrunden er sexistisk, hvor vi rent faktisk ser det som en slags frigørelse, altså kvinder der tør at vise sig selv på en scene i minimalt tøj, hvile i sig selv, omfavne sin krop og være stolt af den man er” (Miss Danmark, n.d., *Ofte...*)

Her beskrives den ellers omdiskuterede badetøjsrunde som frigørende. Det handler for kvinderne om, at de ”tør” at vise deres krop frem og udvise stolthed omkring den. Dermed anerkendes og hyldes den unge, kvindelige krop, og denne anerkendelse kan netop siges at indeholde ”a certain level of empowerment and agency” for visse deltagere. Set fra dette perspektiv kan performancen tilbyde visse forbrugere en følelse af frigørelse – inden for konkurrencens kontekst har de endelig lov til at udleve deres prinsessedrøm til fulde uden at skulle forholde sig til samfundets og jantelovens begrænsninger. Jeg vil dog argumentere for, at der bør slås en stor, fed streg under visse deltagere. For skønt nogle deltagere måske opnår denne følelse af frihed, vil jeg tillade mig at postulere, at der er langt flere kvinder, som *ikke* har denne oplevelse i mødet med konkurrencens feminine ideal. Den omdiskuterede følelse af frigørelse og et vist niveau af *agency* fordrer en succesfuld performance, og skønt dette italesættes som udelukkende afhængigt af deltagerens egen indsats, så har dette speciales undersøgelser klargjort, at konkurrencens feminine ideal i høj grad også beror på alder, udseende, kropsstørrelse, højde mv.

KAPITEL 4 – SKØNHEDSDRONNINGEN SOM IDEAL

Når Miss Danmark konkurrencens forbrugere engagerer sig med konkurrencen, trækker de på konkurrencens myter omkring kvindelig succes gennem piget sødme, dreven individualisme og ydre transformation. Tilsammen udgør disse Powerprinsessen: Et modsætningsfuldt ideal. Jeg vil med Holts begrebsapparat anskue dette ideal som en model, der kæmper med andre modeller i samfundet om at definere kvindelig succes.



En deltager synger og spiller klaver i forbindelse med delkonkurrencen Miss Talent, 2018

Med inspiration fra Holts og Thompsons artikel ”Man-of-action Heroes - the pursuit of heroic masculinity in everyday consumption” (2004), vil jeg argumentere for, at Powerprinsessen kan ses som en idealiseret model for femininitet, der løser svagheder ved to andre prominente modeller i samfundet. I de følgende to afsnit vil jeg beskrive de to modeller, som jeg kalder ”Den Pæne Pige” og ”Feministen”, og derefter vil jeg beskrive, hvordan dialektiske modsætninger mellem de to kan løses gennem modellen Powerprinsessen.

”DEN PÆNE PIGE”-MODELLEN

Denne model er delvist forankret i askepotmyten, som præsenterer kvindelig succes gennem et narrativ, hvor pigen bliver til en kvinde ved at opnå (mandlig) anerkendelse. Denne anerkendelse opnås ved hjælp af pigens dedikation til konventionelle, feminine

kvaliteter, såsom altruisme, dygtighed og dydighed.

Jeg valgt at benævne modellen Den Pæne Pige, idet dette navn indeholder konnotationer til både opførsel og udseende, men denne model for kvindelig succes ses også i benævnelser som "12-tals pigen" (som i eksemplet længere nede i dette afsnit), "Den Stille Pige" (som hun ofte bliver benævnt inden for pædagogikken), eller "Den Gode Pige" (som Rachel Simmons kalder hende i den nedenfor beskrevne forskning). Disse er ikke direkte udskiftelige med hinanden, men kan siges at indeholde elementer af samme model.

Rachel Simmons, som i mange år har interviewet piger i skoleårene omkring, hvad det vil sige at være en "Good girl", beskriver det rammende: En Good Girl er vigtigst af alt et individ, der stræber efter at stille andre tilfreds: En "people pleaser", som Simmons kalder det. The Good Girl – her kaldt Den Pæne Pige – er socialt og akademisk succesfuld, hun er smuk og venlig, hun er intelligent uden at have for mange meninger, hun undertrykker vrede, hun stræber efter at være perfekt og følger altid reglerne (Simmons, 2009). Ligesom Holt og Thompsons "Breadwinner" model, efterlever Den Pæne Pige de sociale normer, opnår anerkendelse inden for de fastsatte rammer og regler og er et mønsterbillede på gode (familie-)værdier (Holt & Thompson, 2004, 427). Modsat modellen Breadwinner sker dette dog ikke gennem arbejdsrelateret status, stilling og indtjening, men gennem hendes dedikation til at være en "people pleaser". Et eksempel på den samme forståelse for ideel femininitet i en dansk kontekst ses i Emma Gads "Takt og Tone", hvor hun skriver: "Kunsten at behage er en af de vigtigste Egenskaber for en Kvinde" (Gad, 1918).

Harris (2004) beskriver i sin artikel "Good Girls, Bad Girls: Anglocentrism and Diversity in the Constitution of Contemporary Girlhood", at ideel "girlhood" i England overvejende repræsenteres gennem billeder og fokus på hvide piger, som har slanke kroppe, tæmmede hår, et smukt ansigt og er interesseret i skønhed og drenge (og dermed er heteronormative) (Harris, 2004, 40-41). Netop den slanke krop, det tæmmede, smukke udseende og en generel konformitet til (seksuelle) normer, er vigtige kvaliteter hos Den Pæne Pige. Den Pæne Pige er konstrueret rundt om modsætningerne til Den Slemme Pige, og dette har ofte med seksualitet at gøre (Harris, 2004, 29). Som Simmons fremlægger det, så vil Den Pæne Pige altid forsøge at følge de sociale spilleregler og er som følge heraf socialt vellidt, modsat Den Slemme Pige, som er upopulær, opmærksomhedskrævende og "slutty" (Simmons, 2009).

En søgning på "Pæn Pige" i overskrifter i medierne gennem de sidste 4 år afslører, at Den Pæne Pige ofte omtales som noget, en kvinde lægger bag sig, når hun udvikler sig eller møder modgang, eksempelvis gennem overskrifter som "Slut med at være de pæne piger", "Afsked med den pæne pige", "Partifælle overrasket over forvandling - fra pæn pige til hardliner" eller "Da den pæne pige blev oprører" (bilag 6). Derudover sættes Den Pæne Pige flere steder i et modsætningsforhold til den "vilde" eller "dumme" dreng (bilag 6).

Det danske samfund har et kompliceret forhold til Den Pæne Pige. Skønt hun efterlever samfundets forventninger og er symbol på høje akademiske præstationer og social succes, så bliver hun ofte rammesat negativt i medierne, idet hun anses som værende *for* perfekt. Et eksempel ses i det danske mediebillede i form af de mange artikler og debatter om den såkaldte "12-tals pige"¹³ 12-tals pigen er ifølge ordbogen en "pige der er flittig og dygtig i skolen og ofte får topkarakteren 12", men som kan opfattes som *for* perfektionistisk og pligttopfyldende (Den Danske Ordbog, n.d.). Narrativer om 12-tals pigen bliver ifølge en gennemgribende undersøgelse af 215 danske artikler oftest præsenteret i en rammesætning, der har med sygelighed og overdreven konformitet at gøre (Hansen & Blom, 2017, 114). 12-tals pigen karakteriseres ved en række kvaliteter, der umiddelbart ikke er negative, såsom flittig, dygtig, pæn, smuk, kontrolleret, ren, kysk, disciplineret, men som gennem rammesætningen bliver præsenteret som tegn på overdreven konformitet. Disse beskrivelser indgår desuden oftest i koblinger med ord som angst, stress, selvskade og depression (Hansen & Blom, 2017, 114). Undersøgelsen viser, at betegnelsen "12-tals pige", som ifølge Hansen og Blom burde være en hædersbetegnelse, oftest benyttes som



Maria Hirse (th.) repræsenterede Danmark ved Miss universe i 1993. Her ses hun sammen med de andre skandinaviske skønhedsdronninger

et skældsord, der kritiserer, ringeagter eller ynker (Hansen & Blom, 2017, 123). Undersøgelsen konkluderer, at "12-talspigerne opfattes som *for* meget af det gode" (Hansen & Blom, 2017, 123). På samme måde er Den Pæne Pige simpelthen *for* pæn i opførsel og udseende.

"FEMINIST"-MODELLEN

Feministen som model for kvindelig succes trækker Ligesom Holt og Thompsons beskrevne "Rebel" model på myter omkring frigørelse og oprør mod overmagten (Holt & Thompson, 2004, 427-428). Kvinden opnår succes, idet hun gør oprør imod etablerede autoriteter og institutioner, såsom patriarkatet, kernefamilien og de konventionelle forestillinger omkring ideel kvindelighed, og dermed gør sig fri af samfundets restriktive normer.

¹³ Søgning på 12-tals pige* på mediearkivet Infomedia. Søgkriterier: "I hele artiklen", søgeord figurerer "Præcist sådan". Tidsbegrænsning 19-11-2011 (første brug af af begrebet) til 27-06-2019 (dags dato). Giver **931** resultater

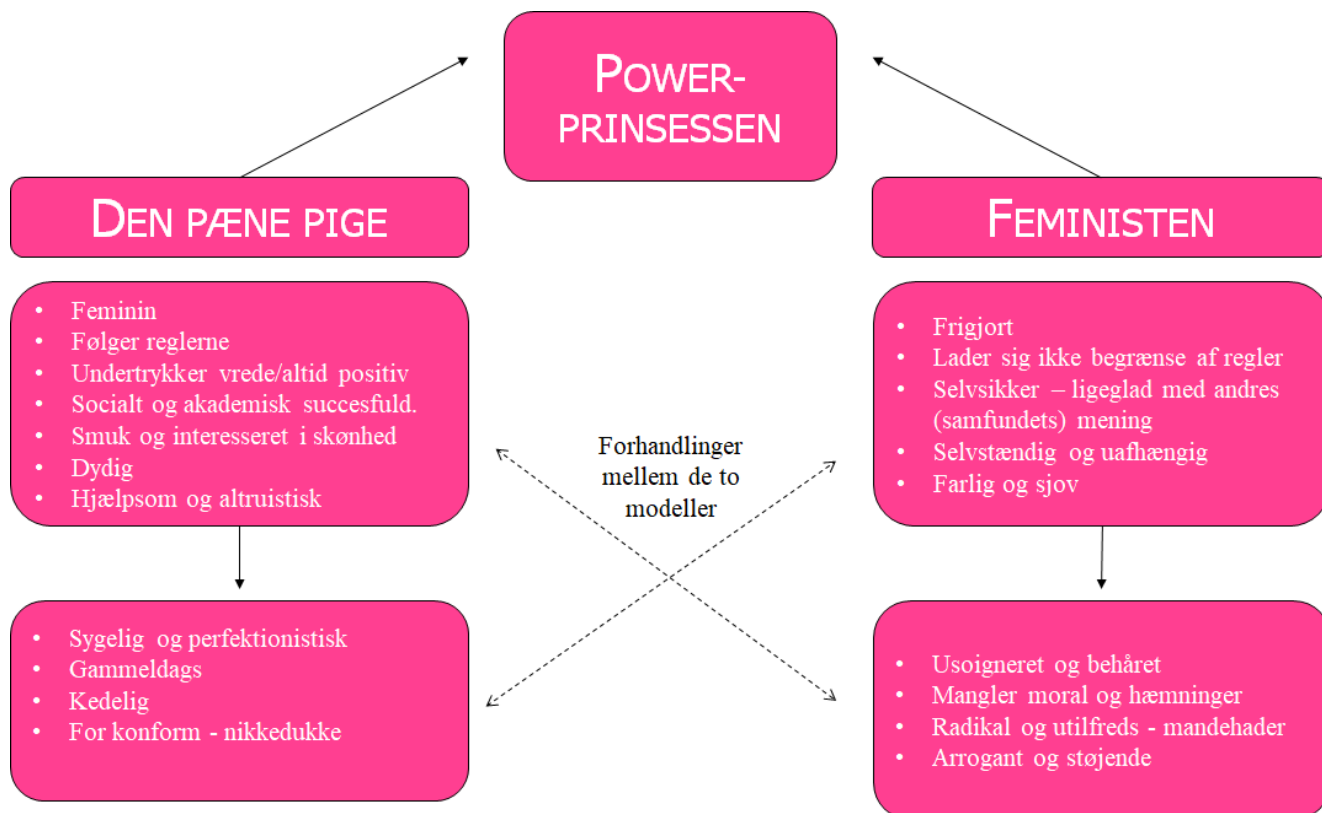
Feministen som model for ideel kvindelighed er situeret i den danske forestilling om 70'erne og den daværende frisindede tidsånd, og ikke mindst i kvindebevægelsen og Rødstrømpernes historie. Rødstrømperne bestod af flere autonome grupper, som havde mange interne uenigheder, men fælles var et opgør med patriarkatet, kapitalismen, venstrefløjen, religionen, skønhedsindustrien - kort sagt et opgør med det fast etablerede (Løgstrup & Sørensen, n.d.). Rødstrømpebevægelsen blev kendt som separatistiske, idet de ved flere demonstrationer og møder afviste mænd (Kvinfo, n.d.). Af samme grund blev rødstrømperne flere gange beskyldt for at være mandehadere. Rødstrømperne betragtede det, som de kaldte for "traditionel kvindelighed" som en restriktion for kvinden, der fastholdt hende som seksual- og profitobjekt. Dette blev en af hovedpointerne ved Rødstrømpernes første demonstration. Her var Rødstrømperne iklædt parykker, lange øjenvipper og BH'er uden på tøjet med store balloner i, hvorefter de samledes på Rådhuspladsen og smed tøjet i affaldssække med påskriften "Hold Danmark Ren" (ibid). Kosmetik og kvindeligt undertøj blev her rammesat som noget "skidt", der burde smides ud, og udsmidningen symboliserede dermed en afstandtagen fra skønhedsindustrien og fra traditionel kvindelighed. De usminkede ansigter, den utømmede hårvækst på benene og under armene og den nøgne overkrop blev til symboler for frigørelse og en afstandtagen fra det feminine (ibid).

Feministen som model for kvindelig succes trækker på disse troper. Feministen er en rebel, der nægter at indordne sig og som modsat Den Pæne Pige ikke følger de sociale spilleregler, ikke er opsat på at behage og ikke går op i at være smuk, velplejet og vellidt. Hun er mere aktivist end moder, mere rebel end regelrytter, mere seksuel end sexet. Hun er ligeglad med, hvad samfundet mener om hende, og hun lader sig aldrig begrænse.

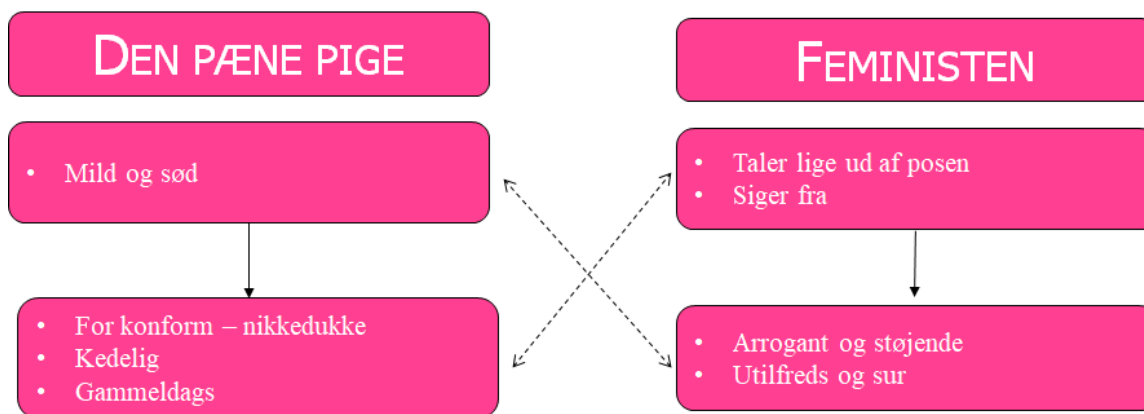
Ligesom Holt og Thompsons beskrivelse af "the Rebel", er Feministen en trussel mod status quo og etablerede institutioner - hun repræsenterer en skadelig indflydelse på god moral og opførsel. Selvom samfundet på lignende vis er fascineret af den frisindede Feminist, så er hun modsat den mandlige "Rebel" ikke sexet - tværtimod læses Feministen ofte som usexet i kraft af føromtalte afstandtagen fra skønhed og "det traditionelt kvindelige" (ibid). Ligesom Den Pæne Pige kan Feministen anses for at være "for meget" - hun er for radikal, usoigneret og mandlig, til det punkt hvor hendes væremåde og væsen ikke længere er socialt acceptable.

"POWER-PRINSESSE"-MODELLEN

Deltagerne i Miss Danmark er hverken Pæne piger eller Feminister – i stedet trækker de på det bedste fra begge modeller. De er smukke og feminine som den Pæne pige – de går op i deres udseende, de er heteronormative og er attraktive for det mandlige blik. Samtidig er de frigjorte som Feministen, idet de deltager i konkurrencen af eget valg og elsker det. Som Feministen har de styrke nok til at bevare deres autonomi og deres interesse i Prinsesseverdenen i mødet med det danske samfunds pres for homogenitet. De lader sig ikke begrænse af janteloven eller samfundets negative holdninger, men engagerer sig fuldt ud i skønhedskonkurrencens feminine æstetik, og de er ligeglade med, hvad omverdenen og samfundet mener om dét. De er altruistiske som den Pæne pige, og de står altid klar til at hjælpe andre. De er unge og dydige som den Pæne pige – de deler ikke udfordrende billeder på nettet, og de holder sig fra smøger og alkohol. Som den Pæne pige er de evigt smilende, ydmyge og taknemmelige, men samtidig er de selvsikre og går efter deres mål. De er selvstændige som Feministen, de forfølger deres individuelle karriere og uddannelse, og de er ikke afhængige af mænd. På denne måde tager de det bedste fra hver model og konstruerer dermed et utopisk ideal uden svagheder.



Som det ses i modellen ovenfor, bliver hver models svagheder evidente i mødet med modsætningen: Feministen er usoigneret og behåret, hvor den Pæne pige er smuk. Den Pæne pige er for konform, hvor Feministen er frigjort. Feministen er en utilfreds mandehader, hvor den Pæne Pige er evigt positiv. Holt og Thompson argumenterer i deres artikel for, at amerikanske mænd trækker på en lignende, dialektisk struktur (mellem the Breadwinner og the Rebel) i konstruktionen af dem selv, og derigennem forsøger forbrugerne at undgå hver models indbyggede svagheder (Holt & Thompson, 2004, 436). Svagheder ved den ene model løses ved at understrege styrkerne hos den anden. Et eksempel på hvordan en deltager konstruerer sig selv ved at trække på denne dialektiske diskurs, ses i følgende udtalelse: ”Jeg er mild og sød, men kan også tale lige ud af posen og sige fra, hvilket jeg synes er vigtigt at have en god balance imellem” (bilag 2, 11.14). Deltageren trækker først på den Pæne piges diskurs og beskriver sig selv som ”mild og sød”. Som vi så i tidligere afsnit indeholder denne model nogle negative implikationer, og med denne beskrivelse risikerer deltageren derfor at blive opfattet som en nikkedukke.



Dette negerer hun ved at tilføje et ”men”. Deltagerens brug af ordet ”men” afslører nogle forbehold eller indvendinger over for den første udmelding: Hun er mild og sød, MEN hun er også i stand til at ”tale lige ud af posen og sige fra” – implicit er hun ikke en nikkedukke. På samme måde negerer beskrivelsen af sig selv som ”mild og sød” en læsning af deltageren som arrogant, utilfreds eller sur. Ved at forsøge at identificere sig selv med styrkerne ved hver model, navigerer deltageren effektivt udenom de negative implikationer. En anden deltager beskriver sig selv således: ”Jeg er et meget pænt og ordenligt menneske, men også fyldt med humor og energi. Jeg er ikke bange for at sige min mening, men jeg lytter altid på, hvad andre har at sige” (60.28). Her ser vi på samme vis, at deltageren bruger ordet ”men” og dermed afslører, at hun ser et modsætningsforhold mellem de to udmeldinger. Hun er pæn og ordentlig som den Pæne pige, MEN hun er også fyldt med humor og energi – implicit er hun ikke kedelig. Hun siger sin mening ligesom Feministen, MEN hun er også altruistisk og en god lytter – implicit er hun ikke radikal eller arrogant.

Der er indtil flere eksempler i deltagerens selvbeskrivelser, som viser samme tendens. En deltager skriver, at hun ønsker at vise folk, at hun har empati, *selvom* hun er en målrettet pige, der går efter det hun vil (bilag 2, 36.29). En anden deltager udtaler, at hun tror på det bedste i folk *uden* at være naiv (67.27), og en tredje fortæller, at hun er en drengepige, *men* at hun stadig er feminin og går op i sig selv (11.26). En fjerde deltager understreger, at det at have selvtilid og være tilfreds med sig selv, *ikke* betyder, at man er arrogant (49.37). Indtil flere deltagere beskriver, at de er selvsikre, *men* at de også er ydmyge (2.25, 3.31, 41.35, 47.8, 50.2, 81.15). Endnu et interessant eksempel ses, da en af deltagerne taler om feminism:

”Når man er feminist, så tænker folk ”du har hår under armene og du hader mænd” og sådan noget, det har intet med det at gøre. Jeg er heller ikke den slags feminist som synes, at man skal ligge meget vulgære billeder ud på nettet for at komme ud med sit budskab. Jeg er den slags feminist, som går op i sig selv og sit udseende, og som elsker at være kvinde og elsker at der er forskel på kønnene, men stadig synes, at der skal være lige vilkår for mænd og kvinder ” (DR, 2019, ep.4, 13.27)

Deltageren beskriver to forskellige ”slags” feminister og lægger belejligt alle de uønskede kvaliteter over i den ene slags, som hun tager afstand fra. Hun forhandler her med Feministmodellen tage afstand til dens svagheder (det behårede, mandehadet, det vulgære) og ved i stedet at understrege sin dedikation til den Pæne piges styrker (en interesse i udseende og dedikation til et binært kønssystem). På denne måde er deltageren i stand til at indtage begge positioner samtidig og udelukkende trække på fordelene ved de to modeller.

Den Pæne pige og Feministen tilbyder to konkurrerende narrativer omkring kvindelig succes, og hvilke kvaliteter, denne succes kræver. På samme tid indeholder hver model en række negative implikationer, som synliggøres gennem modsætningsforholdet til den anden model. Det er i samspillet og forhandlingerne mellem disse to, at deltagerne i Miss Danmark konkurrencen forsøger at konstruerer og præsentere sig selv på en sådan vis, at de opfylder konkurrencens forventninger og ideal. Deltagerne kan siges at hoppe frem og tilbage mellem de to modeller, hvorved de forsøger at identificerer sig med styrkerne og undgå svaghederne. Resultatet er et ideal uden svagheder, der er utopisk og utroligt modsætningsfyldt.

KONKLUSION

Jeg kan konkludere, at det feminine ideal, som konstrueres og rekonstrueres i ”Miss Danmark” gennem konkurrencens struktur og en relationel diskurs omkring et ”sundt” udseende og ”sunde” værdier, indeholder en del interne modsætninger. På trods af, at skønhed italesættes som noget, der kommer indefra, så afslører konkurrencens diskurs og struktur (ikke overraskende) en idealisering af et bestemt krops- og skønhedsideal: Miss Danmark skal være slank, men ikke ekstremt tynd, hun har former, men hendes mave er flad og benene faste, hun elsker at dyrke sport og spise sundt, men hun er ikke fanatisk omkring det, hun er naturligt smuk, men altid iført fejlfri makeup. Derudover er Miss Danmark ung og fremstår uden romantiske bånd. Den ideelle kandidat bør performe sit køn således, at hun fremstår evigt positiv og smilende, taknemmelig og ydmyg, selvsikker og ligeglad med andres mening, hun skal fremstå jomfruelig og dydig, hun skal være involveret i volontørarbejde og være hjælpsom og hjertevarm, og hun skal være målrettet, ambitiøs, hårdtarbejdende og konkurrenceminded.

Miss Danmark deltagerne – og især vinderens – performance og kropsliggørelse af dette feminine ideal kan til en vis grad siges at afspejle det danske samfund og dets forventninger til kvinder. Det er dog vigtigt at understrege, at konkurrencen ikke nyder stor popularitet i Danmark, og flere af deltagerne udtrykker bekymring omkring omverdenens reaktion på deres deltagelse. Undersøges konkurrencen ud fra Douglas Holts teori omkring Kulturel Branding, kan disse bekymringer ses som udtryk for spændinger mellem den nationale ideologi og deltagerne identitetsprojekt. Deltagerne har et ønske om at stå i rampelyset og performe deres køn på en måde, der er svær at forene med den danske nationale ideologi. Jeg kan konkludere, at Miss Danmark konkurrencen tilbyder en myte relateret til kvindelig succes, som til dels løser disse spændinger, og dermed bliver myten værdifuld for en gruppe af forbrugere. Performancen af konkurrencens feminine ideal kan tilbyde nogle forbrugere en følelse af frigørelse, idet de inden for konkurrencens kontekst har ”lov til” at udleve deres prinsessedrøm uden at forholde sig til samfundets begrænsninger.

Myten, som jeg har benævnt Powerprinsessen, er situeret i en Populist world, som jeg har benævnt Prinsesseverdenen. Prinsesseverdenen er et fiktivt univers, som tillader forbrugerne at finde sammen omkring fælles interesser. Dette fællesskab kan siges at indeholde en identitetsværdi for nogle forbrugere. Jeg kan desuden konkludere, at myten Powerprinsessen tilbyder en identitetsværdi, idet den præsenterer et narrativ relateret til kvindelig succes, der handler om overgangen fra almindelig til perfekt, fra pige til dronning, fra grim ælling til svane. Den almindelige forbruger inviteres til at indtræde i en subjektposition, hvor skønhed (og dermed succes) ikke er medfødt, men tværtimod kan opnås gennem målrettet, hårdt arbejde og en dedikation til de rigtige værdier.

Jeg kan konkludere, at Powerprinsessen løser spændinger mellem to andre prominente modeller for kvindelig succes, som jeg har benævnt den Pæne Pige og Feministen. Modellerne tilbyder to konkurrerende narrativer omkring kvindelig succes, og hver model indeholder en række positive og negative implikationer. Ved at navigere krydsfeltet mellem disse to modeller, forsøger Miss Danmark deltagerne at konstruere og præsentere sig selv således, at de identificerer sig med styrkerne og undgår svaghederne. Resultatet er et ideal uden svagheder, som er utroligt

modsætningsfuldt. Vigtigst af alt er det et ideal, som tilbyder unge kvinder hele pakken: Du kan både være sød og stærk, smuk og intelligent, frigjort og vellidt, ydmyg og selvsikker, hjælpsom og konkurrenceminded, blid og ambitiøs. Dette kan have stor værdi for de forbrugere, der oplever spændinger mellem deres identitetsprojekt og den nationale ideologi

LITTERATURLISTE

Arnould, E., Thompson, C., & [Dawn Iacobucci served as editor for this article.]. (2005). Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research. *Journal of Consumer Research*, 31(4), 868-882. Retrieved from doi:10.1086/426626

Balogun, O. M. (2012). Cultural and Cosmopolitan: idealized Femininity and Embodied nationalism in nigerian Beauty pageants. *Gender & Society*, 26(3), 357-381. Retrived from <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0891243212438958>

Banet-Weiser, S., & Portwood-Stacer, L. (2006). 'I just want to be me again!': Beauty pageants, reality television and post-feminism. *Feminist Theory*, 7(2), 255–272. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/1464700106064423>

Banet-Weiser, S., Beaudoin, S., Wood, N., Mani, B., & Fraser, S. (1999). *The most beautiful girl in the world: beauty pageants and national identity*. Berkeley, LA, London: University of California Press. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=fyh&AN=MRB-WRI0238221&site=ehost-live>

Bhopal, R., & Donaldson, L. (1998). White, European, Western, Caucasian, or what? Inappropriate labeling in research on race, ethnicity, and health. *American journal of public health*, 88(9), 1303–1307. retrieved from doi:10.2105/ajph.88.9.1303

Boyd, E. B. (2001). Southern Beauty: Performing Femininity in an American Region. *Dissertation Abstracts International, Section A: The Humanities and Social Sciences*, 61(11). Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2001162023&site=ehost-live>

Butler, J. (2000). *Gender Trouble*. New York: Routledge, <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.4324/9780203902752>

Craig, M. (2000). Book Reviews. *American Journal of Sociology*, 105(6), 1805-1806. doi:10.1086/210496

Criss, D. & Hassan, C. (2018). Miss America is scrapping the swimsuit portion from its pageant. *CNN*, 5. juni 2018, retrieved from: <https://edition.cnn.com/2018/06/05/us/miss-america-swimsuit-trnd/index.html>

Cwynar-Horta, J. (2016). *Documenting femininity: Body positivity and female empowerment on Instagram*, York University Toronto, Ontario.

Fitzgerald, T. (2018). Miss America 2019 Ratings: Viewership Falls Again For Revamped Pageant. *Forbes*, 10. September 2018, retrieved from:

<https://www.forbes.com/sites/tonifitzgerald/2018/09/10/miss-america-2019-ratings-viewership-falls-again-for-revamped-pageant/#4894e6d75215>

Danmarks statistik (n.d.). *Indvandrere og efterkommere*.

<https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/befolkning-og-valg/indvandrere-og-efterkommere/indvandrere-og-efterkommere>

Den Danske Ordbog (n.d.). *12-tals pige*. Retrieved from: <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=12-tals-pige>

Dow, B. J. (2003). Feminism, Miss America, and media mythology. *Rhetoric & Public Affairs*, 6(1), 127-149.

DR (2019). *Miss Perfect*, episode 1-6, DR3 (25. april 2019). retrieved from <https://www.dr.dk/tv/se/miss-perfect/miss-perfect-2/miss-perfect-1-6>

Eskjær, M., & Helles, R. (2015). *Kvantitativ Indholdsanalyse*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 67-82

Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis : The Critical Study of Language* (Vol. Second edition). (pp. 1-21 & 225-254), Harlow, England: Routledge. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=641173&site=ehost-live>

Faria, C. (2010). Contesting Miss South Sudan. *International Feminist Journal of Politics*, 12(2), 222–243. Retrieved from <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/14616741003665268>

Gad, E. (1918). Omgangstone og Samtale, i *Takt og Tone*, as appears on Emmagad.dk, Retrieved from <https://www.emmagad.dk/takt-og-tone/omgangstone-og-samtale.html>

Gilbert, J. (2015). “Be Graceful, Patient, Ever Prayerful”: Negotiating Femininity, Respect and the Religious Self in a Nigerian Beauty Pageant. *Africa: Journal of the International African Institute/Revue de l’Institut Africain International*, 85(3), 501–520. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2017971992&site=ehost-live>

Gopal, K. (2000). Janteloven – Modviljen mod forskellighed: Danske forestillinger om lighed som enshed. *Tidsskriftet Antropologi*, (42). retrieved from <https://tidsskrift.dk/tidsskriftetantropologi/article/view/107446>

Hansen, K., & Blom, J. (2017). 12-talspigerne i medierne: Rammesætning og stereotypificering af højtpresterende piger og kvinder i det danske uddannelsessystem. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 33(63), 28 p. Retrieved from <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v33i63.26451>

Holt, D.B. (2003). What becomes an icon most? *Harvard business review*, 81(3), 43-9 .

- Holt, D. B. (2004). *How brands become icons*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.
- Holt, D. B., & Thompson, C. J. (2004). Man-of-Action Heroes: The Pursuit of Heroic Masculinity in Everyday Consumption, *Journal of Consumer Research*, (31)2, 425–440, <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1086/422120>
- Kragh, J. (2018). Miss Danmark finalist: Jeg vil ikke skjule mit handicap. *Ekstra Bladet*, 29. juli 2018, retrieved from: <https://ekstrabladet.dk/flash/kultur/miss-danmark-finalist-jeg-vil-ikke-skjule-mit-handicap/7248637>
- Kvinfo (n.d.). Rødstrømpebevægelsen, *kvinfo.dk*, retrieved from <http://www.kvinfo.dk/side/1047/>
- Kwan, S. & Fackler, J. (2011). Beauty pageants. In M. Z. StangeC. K. Oyster & J. E. Sloan (Eds.), *Encyclopedia of women in today's world* (Vol. 1, pp. 136-137). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412995962.n76
- Laclau, E. & Mouffe, C (1985). *Hegemony and Socialist Strategy* . London: Verso
- Lascala, M. (2014). Who started Miss America? Luckily, This Pageant Isn't "The Donald Trump One". *Bustle*, 14. September 2014, retrieved from: <https://www.bustle.com/articles/39616-who-started-miss-america-luckily-this-pageant-isnt-the-donald-trump-one>
- Lempimissit (n.d.). Miss Denmark Titleholders. <http://lempimissit.suntuubi.com/?cat=262>
- Løgstrup, H. & Sørensen, A. S. (n.d.). Rødstrømperne og den nye kvindebevægelse, ca. 1970-1985, *danmarkshistorien.dk*, retrieved from: <https://danmarkshistorien.dk/leksikon-og-kilder/vis/materiale/roedstroemperne-og-den-nye-kvindebevaegelse-ca-1970-1985/>
- McClintock, A. (1991). "No Longer in a Future Heaven": Women and Nationalism in South Africa. *Transition*, 51, 104–23. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=0000005727&site=ehost-live>
- Maginnis, T. M. (1992). Fashion Shows, Strip Shows and Beauty Pageants: The Theatre of the Feminine Ideal. *Dissertation Abstracts International*, 52(12). Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=1992030237&site=ehost-live>
- Mattsson, K., & Pettersson, K. (2007). Crowning Miss Sweden-National Constructions of White Femininity. *Nora: Nordic Journal of Women's Studies*, 15(4), 233–245. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2008652520&site=ehost-live>
- MacCarthy, F. (2008). Recalling the lost era of the debutantes. *The telegraph*, 16. Marts 2008, retrieved from: <https://www.telegraph.co.uk/news/uknews/1581822/Recalling-the-lost-era-of-the-debutantes.html>

Mihăilă, V. (2017). The Making of Modern Beauty Pageants Traditions, Myth, Tales, and Histories. *Yearbook of the "Gheorghe Sincai" Institute for Social Sciences & the Humanities of the Romanian Academy*, 20, 107–125. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=127864412&site=ehost-live>

Miss Danmark, (n.d.). *Krav til ansøger*. <http://www.missdanmark.dk/om-miss-danmark/krav-til-ansoeger/>

Miss Danmark (n.d.). *Nyheder: Miss Danmark 2019*
<http://www.missdanmark.dk/nyheder/missdanmark2019/>

Miss Danmark (n.d.). *Ofte stillede spørgsmål*. <http://www.missdanmark.dk/om-miss-danmark/ofte-stillede-spoergsmaal-/>

Miss Danmark (n.d.). *Om Miss Danmark*. <http://www.missdanmark.dk/om-miss-danmark/>

Miss Danmark (n.d.). *Skønhedskonkurrencer*. <http://www.missdanmark.dk/om-miss-danmark/skoenhedskonkurrencer/>

Miss Danmark (n.d.). *Tidligere Miss Danmark vindere*. <http://www.missdanmark.dk/om-miss-danmark/skoenhedskonkurrencer/tidligere-miss-danmark-vindere-/>

Miss Danmark Facebook (2015). *Miss Denmark® 2015 Top 30 Finalists*. 24. August 2015, Retrieved from:
https://www.facebook.com/pg/MissDanmark/photos/?tab=album&album_id=1473025796331525

Miss Danmark Facebook (2016a). *Miss Denmark® 2016 - Top 30*. 10. August 2016, Retrieved from:
https://www.facebook.com/pg/MissDanmark/photos/?tab=album&album_id=1593940944240009

Miss Danmark Facebook (2016b). *Miss Denmark® 2016 tilmeldingen er åben*, 29. januar 2016. Retrieved from: https://www.facebook.com/pg/MissDanmark/posts/?ref=page_internal

Miss Danmark Facebook (2017). *Miss Denmark® 2017 - Top 30 Finalists*. 3. August 2017, retrieved from:
https://www.facebook.com/pg/MissDanmark/photos/?tab=album&album_id=1739750032992432

Miss Danmark Facebook (2018a), *2x Miss Danmark i Go´Morgen Danmark på TV2*, 18. september 2018. <https://www.facebook.com/watch/?v=474571126395551>

Miss Danmark Facebook (2018b). *Miss Talent 2018*, 16. September 2018.
<https://www.facebook.com/MissDanmark/videos/231959497673125/>

Miss Danmark Facebook (2018c). *Miss Danmark 2018 – Live*, 12. September 2018.
<https://www.facebook.com/MissDanmark/videos/2169237853391706/>

- Miss Danmark Facebook (2018d). *Miss Danmark Live*, 12. September 2018.
<https://www.facebook.com/MissDanmark/videos/726115664401316/>
- Miss Danmark Facebook (2018e). *Miss Danmark TOP5 – LIVE*, 12. September 2018.
<https://www.facebook.com/MissDanmark/videos/540269943052822/>
- Miss Danmark Facebook (2018f). *Miss Danmark Live*, 12. September 2018.
<https://www.facebook.com/MissDanmark/videos/1168409269979699/>
- Miss Danmark Facebook (2018g). *Sidste chance! Tilmelding til Miss Universe Danmark 2019 og Miss Danmark 2019*, 30. Marts 2019, Retrieved from:
<https://www.facebook.com/MissDanmark/photos/a.1461545260812912/2057483941219038/?type=3&theater>
- Miss Danmark Facebook (2018h). *Miss Denmark 2018 Official Press Photos*. 1. August 2018, retrieved from:
https://www.facebook.com/pg/MissDanmark/photos/?tab=album&album_id=1904111759889591
- Moraes, L. (2004). No More Miss America Pageantry for ABC. *Washington Post, Tv Column*, 21. Oktober 2004, retrieved from: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/articles/A50114-2004Oct20.html?noredirect=on>
- Nielsen, T. (2018). Køns sociolog om 'Miss Danmark'-konkurrencen: "Der er en seksualisering af jomfruen, der er virkelig gusten". *Berlingske*, 12. september 2018. Retrieved from:
<https://www.bt.dk/samfund/koenssociolog-om-miss-danmark-konkurrencen-der-er-en-seksualisering-af-jomfruen>
- Parameswaran, R. (2004). Global queens, national celebrities: tales of feminine triumph in post-liberalization India. *Critical Studies in Media Communication*, 21(4), 346–370. <https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/0739318042000245363>
- P1 (2019). *Skønhedskontrakten 1:4*, Medie: dr.dk, 9. maj 2018
<https://www.dr.dk/radio/p1/skoenhedskontrakten/skoenhedskontrakten-1-2>
- Rømhild, L. P., & Schack, M. (2009): *Janteloven i Den Store Danske*, Gyldendal. Retrieved from <http://denstoredanske.dk/index.php?sideId=100694>
- SIF – Statens Institut for Folkesundhed (2016). Danskerne er blevet 10 cm højere. *Forskning.dk*, 1. september 2016. Retrieved from: <http://forskning.dk/danskerne-er-blevet-10-cm-hoejere/>
- Simmons, R. (2009). *The curse of the Good Girl*, New York: Penguin Press
- Tracy, K. (2008). Discourse Analysis in Communication. In *The Handbook of Discourse Analysis* (eds D. Schiffrin, D. Tannen and H. E. Hamilton). Retrieved from doi:10.1002/9780470753460.ch38
- Twiggy (n.d.). *Tiden med Miss Danmark*. <http://www.twiggi.dk/da/om-twiggi-dk/tiden-med-miss-danmark>

Williams, H. A. (2009). Miss Homegrown: The Performance of Food, Festival, and Femininity in Local Queen Pageants. *Dissertation Abstracts International, Section A: The Humanities and Social Sciences*, 70(9). Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=mzh&AN=2010652581&site=ehost-live>

Watson, E. and Martin, D. (2000). The Miss America Pageant: Pluralism, Femininity, and Cinderella All in One. *The Journal of Popular Culture*, 34: 105-126. doi:10.1111/j.0022-3840.2000.3401_105.x

Watson, E., & Martin, D. (2004). *"There she is, miss america": the politics of sex, beauty and race in america's most famous pageant*. New York, N.Y: Palgrave Macmillan. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=fyh&AN=MRB-WRI0162927&site=ehost-live>.

Wolfe, L. (2018). The Biography of Angelina Jolie. *The Balance Careers*, 1. November, 2018. Retrieved from: <https://www.thebalancecareers.com/angelina-jolie-biography-3515077>

Yuval-Davis, N., Davis, U., Kelly, M. E., & Frederick, P. (1997). *Gender and Nation*. London, California, New Dheli, Singapore: SAGE Publications inc. Retrieved from <http://search.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/login.aspx?direct=true&db=fyh&AN=MRB-MWX-00000427&site=ehost-live>