

FRONTLØBERE, FJENDER & ANDRE FEMINISTER

EN DISKURSIV UNDERSØGELSE AF MEDIERNES
FREMSTILLING AF FEMINISME



TITEL	Frontløbere, fjender & andre feminister
STUDIERETNING	KA – Kommunikation
SEMESTER	4. semester
UNIVERSITET	Aalborg Universitet København
ECTS	30
VEJLEDER	Bolette Blaagaard
AFLEVERINGSDATO	01/06-2023
PROJEKTGRUPPE	13
PROJEKT AF	Emilie Hedegaard Jacobsen (20185444) Frida Nørskov (20182794) Karina Nielsen (20183840) Sandra Elisabeth Serritzlew (20185420)
ANTAL TEGN	396.871
ANTAL SIDER	165,4



ABSTRACT

This master's thesis seeks to present a study of a broader phenomenon regarding the media's portrayal of a community, a movement, or an ideology created by a subordinated social group with a common goal of bringing about specific changes in society. The objective of this thesis is to investigate and discuss how Danish news media and users of social media produce and generate discourses on feminism over time in a period from 1970 until today, and how the different types of media's discourses can address publics and counterpublics. The basis for this objective lies in the constant evolving of the media environment, and the changing possibilities available for communication with the emergence of social media. The public is no longer only informed by traditional newsmakers, such as news media, but is increasingly exposed to personal and subjective content through social media platforms. Historically the media has had an essential role in shaping topics through selection and distribution and have therefore had significant influence on social change. With an understanding of feminism existing with a goal of making social change, this thesis' intention is to explore in what ways media are influencing the shaping and understanding of feminism.

Throughout this thesis, we investigate the discursive representation of feminism in news media articles and selected social media posts in four various time periods with different contexts from the 1970s to today. To gain a comprehensive understanding of the discursive representation, we employ a case study as our research design, as it enables a detailed and in-depth investigation of the phenomenon. Our case, as an example of the broader phenomenon, is the media's discursive representation of feminism. Furthermore, we utilize a purposive strategy for the empirical selection of news articles and social media posts in the four selected periods. This study is founded on a social constructivist perspective, as our aim is to investigate how meaning is constructed through social and cultural factors in society. Furthermore, our theoretical framework is grounded in the understanding that discourse represents the knowledge about a particular topic. We illustrate that feminism in Danish news media is primarily treated as a debate, where multiple sides of the issue constitute the discourses produced in the media. The investigation of selected social media posts show that the discourses produced are impacted by the interaction between users. This thesis argues that the production of discourse in news media and on social media is affected by the logics from which the media work, and that this production of discourse has potential in affecting the public and

creating counterpublics. In conclusion this thesis illustrates that the media discourses produced about feminism from the 1970s until today, through news media and social media, in the construction of narratives, myths and stereotypes, influenced by media logics, can be said to address different publics. Thus, it is concluded that when media address a community, a movement, or an ideology created by a socially subordinate group, such as feminism, media logics play a crucial role in treating the community, movement, or ideology as a topic of debate that everyone can have an opinion on.

INDHOLDSFORTEGNELSE

1. INTRODUKTION	1
2. DANSK FEMINISME I ET HISTORISK PERSPEKTIV	3
3. LITTERETURREVIEW	10
3.1. MEDIERNES TILSTEDEVÆRELSE I OFFENTLIGHEDEN	10
3.1.1. MEDIERNES INTENSIVEREDE BETYDNING I KULTUR OG SAMFUND	13
3.1.2. MENINGSKONSTRUKTION I DEN SOCIALE VERDEN	15
3.1.3. DISKURSIV MENINGSSKABELSE Gennem STORYTELLING	21
3.1.4. AFRUNDING TIL MEDIERNES TILSTEDEVÆRELSE I OFFENTLIGHEDEN	24
3.2. REPRÆSENTATION AF FEMINISME I MEDIEDISKURS	25
3.2.1. FORHOLDET MELLEM MEDIER & FEMINISME	25
3.2.2. FEMINISTISKE SOCIALE BEVÆGELSER PÅ SOCIALE MEDIER	29
3.2.3. PRODUKTION AF FEMINISTISKE MOD-OFFENTLIGHEDER PÅ SOCIALE MEDIER	32
3.2.4. AFRUNDING TIL REPRÆSENTATION AF FEMINISME I MEDIEDISKURS	35
4. METODE	36
4.1. CASESTUDIET SOM FORSKNINGSDESIGN	36
4.2. UDVÆLGELSE AF EMPIRI	38
4.2.1. UDVÆLGELSE AF ARTIKLER	39
4.2.1.1. BEHANDLING AF UDVALGTE ARTIKLER	42
4.2.2. UDVÆLGELSE AF SOCIALE MEDIE OPSLAG	43
5. ANALYSEMETODE	46
5.1. HALLS FOUCAULDIANSKE DISKURSTEORI	46
5.1.1. VIDEN, MAGT & SANDHED	49
5.2. DISKURSANALYSE PÅ SOCIALE MEDIER	52
5.6. ANALYSEMETODISKE REFLEKSIONER	54

6. DEN SOCIALKONSTRUKTIVISTISKE INDFLYDELSE PÅ MEDIEDISKURSER OM FEMINISME	56
7. DEN DISKURSIVE KONSTRUKTION AF FEMINISME	59
7.1. RØDSTRØMPEBEVÆGELSEN	59
7.1.1. KVINDERS YDRE	59
7.1.2. ET KØNSOPDELT SAMFUND	62
7.1.3. DE ONDSINDEDE RØDSTRØMPER	66
7.1.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS	69
7.2. KVINDEKAMPEN MISTER MOMENTUM	70
7.2.1. RØDSTRØMPEBEVÆGELSEN SOM EKSTREMISTISK OG 90'ER FEMINISMEN SOM DEMOKRATISK	70
7.2.2. 90'ER FEMINISTERNE SOM INFLUERET AF RØDSTRØMPERNE	74
7.2.3. KØN UNDER FORHANDLING	76
7.2.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS	80
7.3. DEN FØRSTE KVINDELIGE STATSMINISTER	82
7.3.1. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME I NYHEDSMEDIERNE	82
7.3.1.1. KØNNETS BETYDNING I DANSK POLITIK	82
7.3.1.2. KVINDER KAN IKKE HAVE EN KARRIERE	87
7.3.1.3. PRODUKTIONEN AF DISKURS	89
7.3.3. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME PÅ FACEBOOK	89
7.3.3.1. POLITISKE BEGIVENHEDER	90
7.3.3.2. VALG I 2015	95
7.3.3.3. POLITISKE MÆRKESAGER	99
7.3.3.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS	104
7.3.5. SAMMENLIGNING	105
7.4. METOO-BEVÆGELSEN	106
7.4.1. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME I NYHEDSMEDIERNE	106
7.4.1.1. KVINDER SOM OFRE	106
7.4.1.3. METOO ER GÅET OVER GRÆNSEN	109

7.4.1.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS.....	113
7.4.2. <i>DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME PÅ INSTAGRAM</i>	113
7.4.2.1. SOFIE LINDE	114
7.4.2.2. LEONORA CHRISTINA SKOV	118
7.4.2.3. METTE SCHAK DAHLMANN	123
7.4.2.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS.....	127
7.4.3. <i>SAMMENLIGNING</i>	128
7.5. UDVIKLINGEN AF MEDIERNES DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME.....	129
8. DEBAT, PERSONLIG FORTÆLLING ELLER STRUKTURELT PROBLEM?	132
8.1. MEDIELOGIKKERS INDFLYDELSE PÅ PRODUKTIONEN AF DISKURS.....	133
8.1.1. <i>GENRES INDFLYDELSE PÅ PRODUKTIONEN AF DISKURS</i>	133
8.1.2. <i>JOURNALISTISKE PRAKSISSERS INDFLYDELSE PÅ DISKURSER OM FEMINISME</i>	136
8.1.3. <i>SOCIALE MEDIERS FREMMELSE AF AUTONOMI & INTERAKTION</i>	138
8.1.3.1. INSTAGRAMS FORDRING AF FÆLLESSKAB.....	140
8.2. MEDIEDISKURSERNES INDFLYDELSE PÅ OFFENTLIGHEDEN	142
8.2.1. <i>MEDIALISERING AF FEMINISME</i>	143
8.2.2. <i>MEDIERING AF FEMINISME</i>	146
8.3. FEMINISME SOM DEBAT	150
9. KONKLUSION	153
10. LITTERATURLISTE	156
10.1. BILAGSLISTE.....	167

KAPITEL 1

INTRODUKTION

1. INTRODUKTION

Med jævne mellemrum dukker den op. Samtalen om frontløbere, fjender og andre feminister – kært barn har mange navne – og har gennem tiden været fremtrædende i mediernes dækning af feminisme. Medierne har så længe vi kan huske spillet en central rolle i måden, hvorpå virkelighedsopfattelser formes. Fra den daglige distribution af nyhedsaviser, til tilblivelsen af internettet og de foranderlige sociale medier. De traditionelle medier har gennem tiden monopoliseret udvælgelsen og produktionen af nyheder, budskaber og indhold, men med udviklingen af digitale teknologier gøres det muligt at distribuere nyheder og indhold på andre måder og til et eventuelt bredere publikum (Jensen et al., 2016, s. 1). Historisk har kommunikation og information været, og er til stadighed, fundamentale kilder til magt og mod-magt, dominans og samfundsforandring. Dette skyldes, at den grundlæggende kamp, der udkæmpes i samfundet, er kampen om menneskers bevidsthed (Castells, 2007, s. 238). Således forstås at mediernes indflydelse på samfundsforandringer påvirkes af konkurrencen om vores opmærksomhed, der i takt med udviklingen af det hybride medielandskab er blevet større. Mediernes udvikling kan således siges at have en afgørende rolle i at forme og skildre sociale bevægelser og ideologier. Hertil ser vi, at samfundsforandringer kan skabes ud fra et fælles mål hos en socialt underordnet gruppe, gennem et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi, hvortil et eksempel herpå er feminisme. Feminisme har gennem tiden været genstand for stor medieinteresse. Forståelsen af feminisme er dog kompleks og mangefacetteret, hvorfor der i italesættelsen af feminisme ofte tales om feminismer, der netop indikerer, at feminisme ikke blot er én ting (Dahlerup, 2002, s. 342). Samlet set kan feminisme dog defineres ud fra, hvad alle feminister kan siges at kæmpe mod – mandlig dominans, diskrimination og degradering af kvinder (Dahlerup, 2002, s. 343).

Specialet har grobund i en fælles interesse i, hvilken indflydelse medierne har på formningen af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, og hvordan dette påvirker forståelsen af fællesskabet, bevægelsen eller ideologien, hvor vi i dette speciale vil tage afsæt i feminisme. Indeværende speciale vil hermed beskæftige sig med mediernes fremstilling af feminisme, og undersøge, hvilke mediediskurser, der produceres herom gennem tiden. Til en definition af feminisme, tages afsæt i Dahlerup (2002), hvortil vi ser feminisme som værende et opgør med samfundsstrukturer. For at undersøge mediediskurserne

over tid, tager vi udgangspunkt i fire nedslag i den danske mediedækning fra 1970 til og med 2022. Begrundelse og argumentation for de fire udvalgte nedslag udfoldes i specialets gennemgang af dansk feminisme i et historisk perspektiv (jf. afsnit 2). De fire nedslag skal i sammenhæng bidrage til en forståelse for udviklingen af mediediskurser om feminisme i en undersøgelse af, hvordan de forskellige medier og tidsmæssige kontekster får betydning i produktionen og cirkulationen af diskurserne om feminisme. For at opnå en forståelse for de mediediskurser, der produceres om feminisme i hvert nedslag, vil diskursanalysen undersøge, hvordan der konstrueres forskellige storytellinger, der bliver medproducerende af diskurser. Derudover vil vi forholde os til de logikker, henholdsvis nyhedsmedier og sociale medier arbejder ud fra i produktionen af diskurser. Yderligere ønsker vi med denne forståelse at undersøge, hvilken indflydelse de udledte diskurser kan have i adresseringen af offentligheden, samt hvordan sociale medier muliggør oprettelsen af mod-offentligheder. Således søger vi med dette speciale at komme forholdet mellem feminisme og medier nærmere. Med udgangspunkt i dette, er specialets problemformulering følgende:

Hvilke mediediskurser produceres om feminisme fra 1970 og frem til i dag, og hvordan kan nyhedsmedier og sociale medier få indflydelse på forståelsen af feminisme gennem adressering af offentligheden?

DANSK FEMINISME I ET HISTORISK PERSPEKTIV

KAPITTEL 2

2. DANSK FEMINISME I ET HISTORISK PERSPEKTIV

I følgende afsnit vil vi præsentere feminisme i et historisk perspektiv, for derved at konkretisere og afgrænse vores undersøgelsesfelt. Vores undren har afsæt i, hvilke mediediskurser der skabes om feminisme, og hvordan dette har ændret sig over tid. Derfor bliver en viden om den tid feminisme indgår i vigtig, da vi ud fra denne kan udvælge nedslagspunkter, hvor feminisme bliver skildret i medierne. Derudover kan denne viden bidrage til en forståelse for konteksten i vores undersøgelse. Vi vil i specialet undersøge mediediskurser om feminisme i en dansk kontekst, idet vi ser, at feminisme kan være særligt kulturelt funderet, hvorfor vi med vores individuelle forståelser af det danske medielandskab og dansk feminisme, vil have et bedre afsæt til en analyse af netop dette.

Feminisme i et historisk perspektiv beskrives ofte med metaforen om bølger, der skal indikere, at feminisme i perioder har haft stor fremgang, og i andre perioder har været mindre fremtrædende. Dahlerup (2002) anvender også denne metafor, i beskrivelsen af dansk feminisme gennem historien. I dette afsnit tages afsæt i Dahlerups (2002) beskrivelse af tre bølger, med det forbehold at andre forstår feminisme ud fra bølger med andre specifikke tidsperioder (Ryan, 1992; Barker-Plummer, 2010; Looft, 2017). Vi vurderer dog, at Dahlerups (2002) forståelse af feminisme er særlig fordelagtig i indeværende speciale, da hendes fokus er på feminisme i et dansk perspektiv. At forstå feminisme som værende bølger, der bevæger sig ensartet frem, hvortil næste bølge automatisk følger, kritiseres, da det er en forsimplet måde at forstå udviklingen af feminisme på (Lykke, 2012, s. 28). Hertil pointerer Lykke (2012), at bølgemetaforen kan benyttes, men nærmere som stormfuldt hav og ikke som ensartede bølger (s. 28). Feminisme vil i nærværende speciale ikke blive forstået som værende bølger, men vi ser dog, at bølgerne kan bidrage til et overblik over, hvordan feminisme har udviklet og ændret sig. Selvom første bølge, ifølge Dahlerup (2002), startede omkring starten af 1870, har vi i specialet afgrænset os fra at undersøge feminisme fra før 1970, da undersøgelsens medieperspektiv kræver, at vi kan indhente tilstrækkelig empiri om emnet, hvortil vi vurderer, at denne afgrænsning vil muliggøre netop dette. Samtidig finder vi, at feminisme i Danmark blev særligt italesat i sammenhæng med Rødstrømpebevægelsens opståen. Nedenstående vil dog begynde med en kort udlægning af, hvad Dahlerup (2002) definerer som første, anden og

tredje bølge af feminisme i Danmark, da vi ser, at dette kan bidrage til en forståelse for udviklingen af feminisme.

Tilbage i 1871 opstod den første danske feministiske organisation Dansk Kvindesamfund (Dahlerup, 2002, s. 341). I denne tid herskede en diskurs om, at kvinder, sammen med tjenestefolk, ikke var medborgere på samme vis som mænd. Således var danske kvinder nødt til at kæmpe for retten til at blive opfattet som individer og borgere (Dahlerup, 2002, s. 341). Dette beskrives som værende starten på den første bølge af feminisme i Danmark, hvor kvinders stemmeret endnu ikke var på tale, men hvor fokus derimod var på eksempelvis kvinders adgang til uddannelse og ugifte kvinders ret til at arbejde i den offentlige sektor. Feminisme blev i denne tid påvirket af mobiliseringen af arbejderklassen, hvortil fagbevægelsen Kvindeligt Arbejderforbund blev oprettet, med formålet om at sikre bedre arbejdsvilkår for kvinder i arbejderklassen (Dahlerup, 2002, s. 344). I 1915 fik kvinder i Danmark stemmeret, hvilket ifølge Dahlerup (2002) repræsenterer starten på anden bølge af feminisme. Denne bølge udgør en længere periode, hvor særligt mellemkrigstiden og 2. Verdenskrig påvirkede feminismen. I mellemkrigstiden opstod en fjendtlighed mod feminisme, hvilket forstås som værende et resultat af de mange reformer, der medfulgte efter kvinder fik ret til at stemme, såsom en lov om ligeløn mellem mænd og kvinder, der arbejdede i den offentlige sektor (Dahlerup, 2002, s. 345). 2. Verdenskrig forårsagede en strømning af et dansk sammenhold mod Tyskland, hvilket i et feministisk perspektiv influerede, at de forskellige kvindeorganisationer, der var blevet dannet i denne tid, samledes for at kunne opnå større politisk indflydelse (Dahlerup, 2002, s. 346).

Den tredje bølge begynder i 1970'erne i sammenhæng med, at Rødstrømpebevægelsen dannes i Danmark som en radikal og venstreorienteret kvindebevægelse. Dahlerup (2002) beskriver Rødstrømpebevægelsens retorik som værende revolutionerende med påstande om eksempelvis, at kvindelig frigørelse ikke ville være mulig i det daværende samfund (s. 347). Rødstrømpebevægelsen kæmpede blandt andet for fri abort, ligeløn samt demonstrerede mod et snævert kvindeideal, ved at iføre sig hofteholdere, parykker og store øjenvipper i sammenhæng med humoristiske plakater, hvorpå der stod "Kvindesag – jeg skal først spørge min mand" (KVINFO, u.å., s. 7). Rødstrømpebevægelsen stod for mange demonstrationer og aktioner, hvortil de formåede at udnytte mediernes interesse gennem iscenesættelsen af humoristiske og skandaløse aktioner. Et eksempel på dette er en aktion i 1970, hvor en gruppe

kvinder, som et symbol på den manglende ligeløn, ikke ville betale fuld pris for busbilletten (KVINFO, 2021b). Dahlerup (2018b) definerer Rødstrømpebevægelsen som en social-kulturel bevægelse, hvor fokus var at ændre kulturelle normer (s. 16). En af Rødstrømpebevægelsens ærinder i denne periode var en lov om fri abort. I samarbejde med andre kvindeorganisationer og kvindelige politikere arrangerede de flere demonstrationer i 1972, hvorefter regeringen opstillede et forslag om, og vedtog, fri abort i 1973 (KVINFO, u.å., s. 8). Det tidligste nedslagspunkt, specialet vil undersøge, vil tage afsæt i denne Rødstrømpebevægelse og være i tidsperioden fra 1970 til 1973, hvor Rødstrømpebevægelsen gjorde sit indtog i Danmark og lavede sine første aktioner. I 1980'erne falmede Rødstrømpebevægelsen, og mere moderat feminisme blev dominerende i Danmark (Dahlerup, 2002, s. 347). På trods af at Rødstrømpebevægelsens organisationer og grupper blev opløst, kaldte folk sig stadig rødstrømper, hvorfor bevægelsen på sin vis levede videre i form af "hverdagsfeminister" (Dahlerup, 2018b, s. 18).

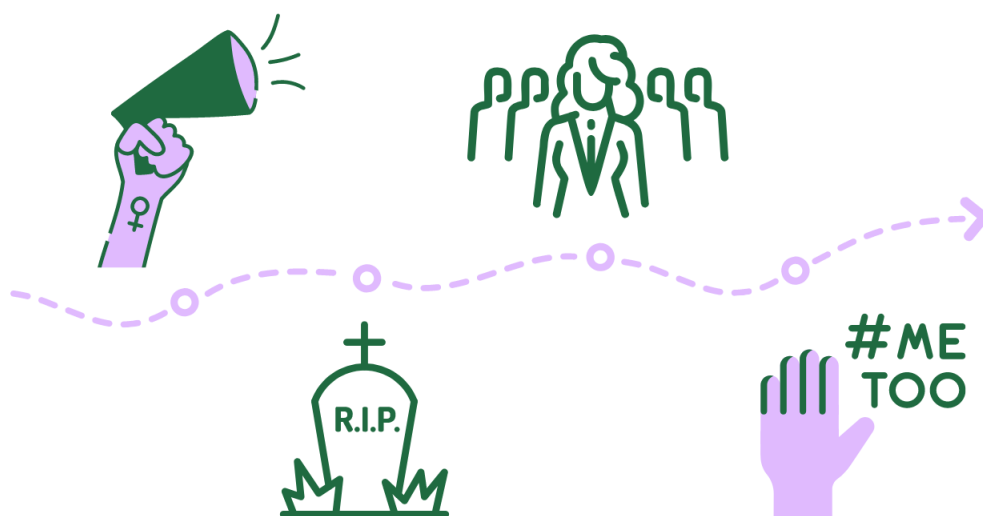
I 1980'erne og 1990'erne beskrives det, at de feministiske bevægelser, såsom Rødstrømpebevægelsen, mistede deres momentum, og det argumenteres, at særligt politiske debatter om EU optog den danske befolkning (Dahlerup, 2002, s. 349). Dette begrundes i, at ligestilling blev betragtet som værende opnået, da mænd og kvinder blev anset for at have de samme rettigheder og muligheder i samfundet (Dahlerup, 2002, s. 348). I sammenhæng med denne tidsperiode beskriver Giese (2001), at der skete et skift fra den fællesskabsfølelse, der havde præget feminisme i 70'erne, til individualisme. Giese havde en rolle som debattør, forfatter og rødstrømpe, hvorfor hun i dette henseende inddrages som en partskilde, der kan belyse en forståelse af tiden og mediernes skildring fra et feministisk perspektiv. Hun beskriver yderligere, at det i 1990'erne blev sværere at mobilisere mennesker, da egne behov i højere grad blev prioriteret (Giese, 2001, s. 88). Ifølge både Giese (2001) og Dahlerup (2002; 2018b) blev 1990'erne opfattet som en mere stille periode i henhold til feminisme i Danmark samtidig med, at det at være feminist blev mindre populært. Dette betød dog ikke, fra Gieses (2001) perspektiv, at kvindekampen var ovre, på trods af at flere i medierne gerne ville erklære kampen for værende død (s. 197). Vi finder i specialet denne tidsperiode interessant, da den kan give et indblik i, hvilke mediediskurser, der er om feminisme i en tid, hvor feministiske bevægelser har mistet deres momentum. Specialets anden case vil derfor være fra 1995 til og med 1999 og have afsæt i kvindekampens mistede momentum.

Med årtusindeskiftet oprettedes stillingen ligestillingsminister samt et ligestillingsnævn, der specifikt skulle behandle klager om forskelsbehandling på baggrund af køn (KVINFO, u.å., s. 19). Grunden til dette ligestillingsministerium var et ønske om en ny ligestillingslov og en ny organisering af ligestilling, hvorfor opgaverne om ligestilling blev for mange til at ligge hos statsministeren, hvilket det før havde gjort (KVINFO, u.å., s. 18). Det beskrives, at der fra starten af årtusindeskiftet var en tendens til en mere konservativ politisk orientering end tidligere, hvormed det af nogle blev argumenteret, at feminisme var gået for langt, og at kvinder blev favoriseret (Dahlerup, 2018a, s. 191). På den anden side argumenterede Socialdemokratiet for, at der i Danmark ikke var ligestilling mellem kønnene og kritiserede de højreorienterede partier for, at årene mellem 2001 og 2011 havde været uden reelle ligestillingsinitiativer (Dahlerup, 2018a, s. 191). Det fremstår således, at feminisme i denne tid var på dagsordenen i dansk politik, men at der mellem partierne var stor uenighed. Danmark fik i 2011 dets første kvindelige statsminister Helle Thorning-Schmidt, hvormed forventninger i forhold til ligestilling medfulgte. Disse forventninger var funderet i regeringens planer, der skulle sikre ligestilling mellem mænd og kvinder (Dahlerup, 2018a, s. 191). Specialets tredje nedslag vil tage afsæt i perioden fra 2011 til 2015, hvor dette inkluderer valgperioden inden Helle Thorning-Schmidt bliver valgt som statsminister samt perioden, hvor hun er statsminister. Vi finder dette nedslagspunkt relevant, da Helle Thorning-Schmidt som den første kvindelige statsminister, ses som et udtryk for en udvikling i ligestilling mellem køn, hvorfor vi ønsker at undersøge, hvordan diskursen i medierne omhandler den daværende statsminister, bidrager til en forståelse for feminisme. Dette ud fra en forventning om, at begivenheden er blevet omtalt og diskuteret i medierne i sammenhæng med feminisme.

Mens Dahlerup (2002) udelukkende arbejder med tre bølger inden for feminisme, finder vi flere kilder, der muliggør en fjerde bølge af feminisme, dateret omkring 2008 (Looft, 2017; Kvinderådet, u.å.). I den fjerde bølge fik feminisme nye platforme at kunne udbredes og diskuteres på i form af internettet og de sociale medier, hvorigennem fjerde-bølge-feminisme havde fokus på at gøre op med seksualiseringen af kvinder samt blev en kamp for, at kvinder fik større frihed i deres udtryksformer (Kvinderådet, u.å.). Den distinktive forskel på feminisme i den fjerde bølge, overfor de tidligere tre bølger, er således tilblivelsen af de sociale medier til at skabe forbindelse på tværs af kulturelle og nationale grænser (Looft, 2017, s. 894). Specialets tredje nedslag, værende den første kvindelige statsminister, bevæger sig således inden for denne fjerde bølge, hvor vi udover at undersøge mediediskurser ud fra

nyhedsmedier, ligeledes vil se på Facebook til en forståelse for de diskurser, der kan præge offentlighedens forståelse af feminisme.

I årene efter Helle Thorning-Schmidts valgperiode som statsminister opstod den digitale bevægelse MeToo i USA i 2017, på baggrund af skuespillerinden Alyssa Milanos anklager om seksuelle overgreb mod produceren Harvey Weinstein, hvortil hun i sammenhæng med dette opfordrede andre til at benytte hashtagget #MeToo på sociale medier, for at understrege problemets størrelse (Askanius & Hartley, 2019, s. 19). Bevægelsen fik opmærksomhed i det meste af verden, og også i Danmark skabte den offentlige debatter og opnåede omfattende mediedækning (Askanius & Hartley, 2019, s. 19-20). På trods af udbredelsen skabte MeToo-bevægelsen dog ikke de store ændringer i Danmark, hvor mediedækningen var mindre, og hvor der var færre organiserede demonstrationer og krav om ændringer, sammenlignet med nabolandet Sverige (Askanius & Hartley, 2019, s. 20). I 2020 ændredes dette dog i sammenhæng med, at tv-værten Sofie Linde i en tale til Zulu Comedy Galla fortalte, hvordan hun var blevet truet til sex på sin arbejdsplads. Det beskrives, at denne tale var med til at sætte gang i MeToo i Danmark, hvortil flere bidrog til underskriftsindsamlinger og med personlige beretninger og vidnesbyrd (KVINFO, 2021a). Specialets fjerde nedslag vil tage afsæt i MeToo-bevægelsen fra 2020 til og med 2022, da vi ser, at dette nedslag kan bidrage til en forståelse for dansk feminisme i nyere tid. Til en undersøgelse af dette nedslagspunkt, vil vi se på nyhedsmediernes italesættelse af MeToo-bevægelsen i sammenhæng med det sociale medie Instagram. Dette da nedslaget har afsæt i en digital bevægelse, hvorfor vi finder det interessant at se på, hvordan MeToo omtales på sociale medier.



Figur 1: Visualisering af udvalgte nedslag. Af egen tilvirkning

I ovenstående er feminisme i Danmark blevet præsenteret for at få en forståelse for konteksten i vores nedslagspunkter samtidig med, at det er et belæg for udvælgelsen af netop de fire nedslag. Vores fire nedslagspunkter er eksempler på forskellige tidsperioder, hvor feminisme omtales i medierne. Dette da udvalgte nedslagspunkter er et udtryk for forskellige problemstillinger inden for feminisme. Specialets første nedslag omhandlende Rødstrømpebevægelsen præsenterer en problemstilling inden for feminisme bestående af et ønske om forandring, og skal bidrage til en forståelse for, hvordan nyhedsmedier omtaler begyndelsen af en feministisk social og politisk bevægelse. Denne problemstilling skal således bidrage til viden om, hvilke mediediskurser, der produceres om feminisme i 1970'erne. Nedslagspunktet om Rødstrømpebevægelsen kan sammenlignes med specialets fjerde nedslag, der tager afsæt i MeToo, en digital bevægelse, og en begyndelse på et opgør med seksualiseringen af kvinder på arbejdspladsen. De to nedslag omfatter lignende problemstillinger, omhandlende en bevægelse med et mål om at ændre forhold for kvinder i samfundet. Vi ser en forskel i medier, da vi i vores undersøgelse af mediediskurser i nedslaget om MeToo, udover nyhedsmedierne, ønsker at inddrage det sociale medie Instagram med formålet at få indblik i, hvordan et socialt medie, der netop er grobund for digitale bevægelser, kan bidrage til produktionen af diskurser. Heri ligger en forskel i de to nedslag, hvor vi finder det interessant at undersøge, hvilken indflydelse det har på diskursen, at feminister får mulighed for mere direkte at deltage i skabelsen af diskursen om den ønskede forandring i MeToo-bevægelsen, hvorimod Rødstrømpebevægelsen var mere afhængig af nyhedsmediernes udvælgelse og forståelse heraf. Det er gennem dette, at vi finder, at begge nedslag kan bidrage til forståelsen for, hvordan der skabes mediediskurser om feminisme i hver deres tidsmæssige kontekst. Andet nedslag, Kvindekampen mister momentum, skal indgå som et eksempel på, hvordan medier italesætter feminisme i en tid, hvor kvindebevægelsen beskrives som værende gået i stå. Nedslaget bliver således et udtryk for en problemstilling om feministisk tilbagegang, der kan være med til at skabe en forståelse for, hvilke mediediskurser, der skabes om en social bevægelse, når den defineres som havende mistet sit momentum. Endvidere ønsker vi med tredje nedslagspunkt om Helle Thorning-Schmidt, at undersøge en problemstilling omhandlende feminisernes udvikling illustreret gennem opnåelsen af den første kvindelige statsminister, hvor det kan formodes, at medierne i denne tidsperiode vil omtale den første kvindelige statsminister i sammenhæng med feminisme.

Alle fire nedslag er således forskellige i omdrejningspunkt, men har fællestræk idet de alle omhandler problemstillinger med afsæt i feminisme. Vi ser hermed, at de fire nedslagspunkter bliver et udtryk for fire forskellige måder, hvorpå feminisme kan blive omtalt i de danske medier på forskellige tidspunkter. Således bliver hvert enkelt nedslagspunkt også et udtryk for tiden, nedslaget indgår i, og i sammenhæng et udtryk for en udvikling.

LITTERATURREVIEW

KAPITEL 3

3. LITTERETURREVIEW

Følgende afsnit har til formål at præsentere specialets indskrivelse i forskningsfeltet samt danne grundlag for vores teoretiske afsæt, anvendt i analysen. Med litteraturreviewet ønsker vi at undersøge forudgående forskningslitteratur, for derudfra at kunne identificere, hvor i forskningen vores speciale kan placere sig. Litteraturreviewets søgeproces kan tilgås i bilag 1. Litteraturreviewet vil med baggrund i vores undren og ønske om at undersøge, hvordan der skabes mediediskurser om feminisme over tid, tage udgangspunkt i forskningslitteratur om mediernes indflydelse i forskellige kontekster, for derved at kunne undersøge, hvordan medierne gennem produktion af diskurser kan adressere en offentlighed. I undersøgelsen af litteratur ønsker vi at præsentere begreberne medialisering og mediering, da vi finder, at disse kan belyse forskellige perspektiver på mediernes rolle i samfundet. Tæt forbundet hertil finder vi nyhedsmediers og sociale mediers bagvedliggende logikker, der kan bidrage med et indblik i, hvordan mediebudskaber produceres og således også, hvordan medierne taler ind i diskurser om feminisme. Derudover vil vi med afsæt i en forståelse for, hvordan både nyhedsmedier og sociale medier arbejder, afdække eksisterende litteratur om feminisme i sammenhæng med medier og diskurs. Dette skal bidrage til en dybere forståelse for, hvordan feminisme generelt diskuteres, portrætteres og fortolkes i medier, hvorudover det ligeledes kan medvirke til at kunne identificere centrale temaer, tendenser og perspektiver, der førhen er blevet udforsket i litteraturen. I forlængelse heraf ønsker vi at opnå en forståelse for offentligheder og mod-offentligheder, da dette kan give indblik i, hvordan nyhedsmedier og sociale medier adresserer forskellige offentligheder gennem diskurs, samt hvorledes dette kan få indflydelse på forståelsen af feminisme.

3.1. MEDIERNES TILSTEDEVÆRELSE I OFFENTLIGHEDEN

For at få indblik i, hvordan mediers diskurser kan adressere en offentlighed, søger vi i nedenstående at afdække dele af feltet inden for medielitteratur, med formålet at rammesætte mediernes indflydelse på samfundet og logikkerne bag nyhedsmedier og sociale medier. Nedenstående afsnit vil derfor være en teoretisk refleksion over begreberne medialisering og mediering, hvorudfra vi vil komme nærmere ind på, hvordan medielogikker, nyhedsmedielogikker og sociale medielogikker, kan være med til at påvirke den måde, hvorpå medier former den offentlige bevidsthed. For at danne grundlag for, hvordan vi i specialet vil forholde os til

mediernes mulige indflydelse i adresseringen af offentligheden gennem diskurs, ønsker vi ligeledes at præsentere Warners (2002) skelnen mellem tre typer af offentlighed: *offentligheden, én offentlighed og offentlighed* (s. 49-50). Offentligheden defineres som en social enhed, der har afsæt i mennesker organiseret som nationen, byen, en religion, menneskeheden eller en anden form for fællesskab, hvor offentligheden, som et folk, altid omfatter alle inden for den pågældende enhed. I italesættelsen af en national offentlighed antydes, at andre offentligheder eksisterer. Dog vil adresseringen af offentligheden betyde, at de andre formodes ikke at have betydning (Warner, 2002, s. 49). Heroverfor ses én offentlighed som et konkret publikum, hvor der opstår en følelse af helhed bundet til den begivenhed eller det fælles rum, publikum er en del af – eksempelvis koncerter, sportsbegivenheder og demonstrationer. Offentlighed omfatter den slags offentlighed, der kun bliver til i relation til tekster og deres cirkulation, hvorfor den refererer til et afgrænset publikum. Dette publikum er således kun en del af en offentlighed ved at være knyttet til en specifik tekst (Warner, 2002, s. 50). Herudfra finder vi det relevant at redegøre for Warners (2002) definition af offentligheden, da det er denne, vi ser, vil komme til udtryk i specialets undersøgelse af produktionen af diskurser om feminisme gennem nyhedsmedier. Offentligheden er organiseret af diskurs, og eksisterer i kraft af at blive adresseret (Warner, 2002, s. 50). Måden offentligheden fungerer i den offentlige sfære er kun mulig, idet den i virkeligheden er en offentlighed af diskurs (Warner, 2002, s. 51-52), hvorfor offentligheder ikke eksisterer adskilt fra de diskurser, der adresserer dem (Warner, 2002, s. 54). Endvidere er forståelsen af offentligheden bedst illustreret gennem brugen af trykte eller elektroniske medier, idet tekst herigennem orienteres mod ubestemte fremmede (Warner, 2002, s. 56). Offentlighedens eksistens og succes afhænger yderligere af anerkendelsen af deltagere og deres videre cirkulerede aktivitet (Warner, 2002, s. 82). Med afsæt i denne gennemgang af forståelsen af offentlighed, er dominerende offentligheder per definition dem, der kan “[...] take their discourse pragmatics and their lifeworlds for granted, misrecognizing the indefinite scope of their expansive address as universality or normalcy” (Warner, 2002, s. 88). De defineres således som offentligheder, der indeholder den generelle forståelse af verden, og på den måde ser sig selv som værende universelle.

Når vi vælger at se på mediers rolle i sammenhæng med feminisme, bliver det relevant at forholde os til, hvordan medierne bliver en form for politisk aktør i offentligheden. Mediernes politiske indflydelse, også teoretiseret som politisk medialisering (Mazzoleni & Schultz, 1999),

er et fænomen, der giver medier en rolle, hvori de tager aktiv del i de dynamikker, der indgår i politik (Strömbäck, 2008). Medier italesættes som værende en bærende kilde til politisk information (Casero-Ripollés & López-Rabadán, 2014, s. 860; Olaniru et al., 2020, s. 13; Schudson, 2002, s. 250) og en væsentlig kommunikationskanal til politiske aktører og den generelle befolkning. Samtidig er mediedækning blevet en uadskillelig del af den proces, hvori den offentlige politik formuleres (Casero-Ripollés & López-Rabadán, 2014, s. 860). Således har medierne en essentiel rolle i at fokusere en offentlig holdning (Casero-Ripollés & López-Rabadán, 2014, s. 860; Baranauskas, 2022, s. 111). Herudover beskriver Thompson (1995), hvordan medier transformerer interaktion i moderne samfund og argumenterer, at kommunikationsmedier transformerer den sociale organisation af symbolsk magt (s. 3), hvorfor vi netop finder det interessant at arbejde ud fra et diskursivt perspektiv i vores analyser af udvalgte nedslag, for at kunne undersøge, hvilke diskurser, der kan få betydning i offentligheden.

Den refererede forskningslitteratur argumenterer for, at medier, og i særdeleshed nyhedsmedier, har en fordel og evne til at forme befolkningens opfattelse af bestemte emner, hvilket blandt andet sker gennem historiefortælling, der afspejler kulturelle stereotyper for at forhøje nyhedsværdien (Baranauskas, 2022, s. 108-109). Heroverfor argumenterer anden forskning, herunder agenda-setting teori, for, at medierne har evnen til at påvirke, hvad individer taler om, men ikke hvad de mener om emnerne (Dearing & Rogers, 1996, s. 8). Vi vælger i nærværende speciale at tage udgangspunkt i, at medierne har evnen til at forme bestemte emner, hvorudfra vi finder det interessant at undersøge, mediernes evne til at forme feminism.

Da vi i specialet søger at opnå en forståelse for, hvilke mediediskurser, der skabes i forskellige tidsperioder, med fokus på både nyhedsmedier og sociale medier, finder vi det yderligere relevant at undersøge forskellene på de to typer af medier. Hertil ønsker vi at opnå denne viden gennem en forståelse for, hvilke logikker de to typer medier arbejder ud fra. Vi finder det hertil nødvendigt at få indblik i, hvordan nyhedsmedier og sociale medier kan påvirke og få indflydelse på offentligheden. Vi ønsker derfor at udlægge en teoretisk refleksion over begreberne medialisering og mediering, for derudfra at kunne forholde os til, hvordan vi vil arbejde med de to begreber i undersøgelsen af produktionen af diskurser. Medialisering og mediering fremgår i megen eksisterende forskningslitteratur som anvendt parallelt, dels som synonyme og dels med tydelige divergerende betydning (Livingstone, 2009, s. 7), der hverken kan eller bør reduceres til semantisk forvirring (Livingstone, 2009, s. 4). Begrebernes

rækkevidde strækker sig fra tilgange, der i høj grad fokuserer på effekterne af institutionelle eller offentlige medier (Hjarvard, 2008; Strömbäck, 2008; Kepplinger, 2007), til en grundlæggende antagelse om, at alle former for kommunikation, massekommunikation inklusiv, er modifikationer af ansigt-til-ansigt dialoger (Meyen et al., 2014, s. 272), til en idé om, at medier kan ses som en praksis (Couldry, 2004). Nedenstående afsnit vil således præsentere de to begreber hver for sig, for at vi kan forholde os til, hvordan de hænger sammen samtidig med, at de er divergerende i karakter.

3.1.1. MEDIERNES INTENSIVEREDE BETYDNING I KULTUR OG SAMFUND

Nedenstående gennemgang af forskningslitteratur har til formål at afdække en del af feltet, der præsenterer begreberne *medialisering* og *massemedielogikker*. Hjarvard (2008) omtaler medialisering som et centralt begreb i en teori om mediernes intensiverede og skiftende betydning i kultur, og i samfundet som helhed, hvori medialisering anses som værende mere end blot et fænomen, der vidner om en øget medieindflydelse (s. 113). Ifølge Hjarvard (2008) er medialisering en teori, der beskriver mediernes indflydelse på kultur og samfund, hvortil blandt andre Strömbäck (2008) forholder sig til medialisering som et procesorienteret begreb, der relaterer sig til de ændringer, der er forbundet med kommunikationsmedier og deres udvikling (s. 231-232). Med denne forståelse af medialisering undersøges kommunikationsmediers forandring, og hvilken betydning ændringen har for samfundet og kulturen (Krotz, 2007, s. 258). Samtidig argumenterer Asp (2014) for, at medialisering kan defineres som den forandringsproces, hvori individer og institutioner tilpasser sig det forandrende medielandskab (s. 256). Medialisering ifølge Asp (2014) kan således kortlægges til at være en proces, hvori individer, politiske aktører og sociale institutioner tilpasser sig forskellige begrænsninger pålagt af medierne, hvorfor der ifølge hans argument er to konsekvenser ved medialisering: 1) jo mere individer og sociale institutioner tilpasser sig medierne og de begrænsninger, der må være her, jo mere medialiserede vil de blive og 2) jo flere individer og institutioner, der bliver medialiserede, jo mere magtfulde vil medierne blive (s. 257). Til trods for at medialisering forstås som et begreb, hvor det på den ene side er ændringen i medierne og kommunikation, der analyseres, og på den anden side er forandringerne i kulturen og samfundet, der analyseres (Brants & van Praag, 2017, s. 396), er en væsentlig faktor, at medialisering beskriver, hvordan medier har indflydelse på kultur- og samfundsinstitutioner (Hjarvard, 2008), som eksempelvis hvordan medierne kan påvirke politik som institution (Strömbäck,

2008). Litteraturen om medialisering viser ydermere, at fokus oftest er på medialisering af politik som institution, og hertil i hvilken grad medier konstituerer den vigtigste og mest dominerende ressource af information om politik og samfund (Kepplinger, 2002; Meyen et al., 2014; Strömbäck, 2008; Brants & van Praag, 2017). Medierne har altså en væsentlig rolle i offentlighedens bevidsthed om institutioner, begivenheder og processer, der rækker ud over lokale, regionale og nationale samfund. Hjarvard (2008) beskriver medialisering som en proces med to led, hvor medier på den ene side er en uafhængig institution med egen logik, andre sociale institutioner nødvendigvis må tilpasse sig, og på den anden side bliver en integreret del af andre institutioner såsom politik (s. 105). Medialisering er således konceptualiseret som et begreb, der dækker over et helt spektrum af interrelationer mellem medier og politik (Meyen et al., 2014, s. 272), hvorfor medialisering i generel forstand anses som et begreb, hvorudfra det undersøges, hvordan institutioner og individer tilpasser sig medierne, og det medierne udlægger som værende vigtigt.

Tæt relateret til forståelsen af medialisering er forståelsen for, hvordan medielogikker har betydning for mediernes måde at arbejde på. Ifølge Hjarvard (2008) refererer medielogik til mediernes institutionelle og teknologiske modus operandi, hvorunder måderne at distribuere indhold indgår (s. 113). Størstedelen af eksisterende litteratur omhandlende medielogikker, henviser til begrebets pionerer Altheide og Snow (1979). Altheide og Snow (1979) var de første til at beskrive og teoretisere begrebet som en måde at undersøge, hvordan organisatoriske og teknologiske medieformater, strukturerede både indhold og forventninger fra et publikum (Brants & van Praag, 2017, s. 398). Da vi ønsker at få en tydeligere definition af medielogikker med udgangspunkt i nyhedsmedier, fokuseres i det følgende på van Dijck og Poells (2013) definition af massemedielogikker, da vi ser nyhedsmedier som et udtryk for et massemedie. Massemedielogikker defineres som en række principper, der er skabt i og af medieinstitutioner, og i den forbindelse påvirker offentlige domæner samt dominerer organiseringen og strukturen heraf (van Dijck & Poell, 2013, s. 3). I definitionen af massemedielogikker ligger mediernes mulighed for at fremstille begivenheder på en specifik måde, med idealet om at være neutral, objektiv og uafhængig (van Dijck & Poell, 2013, s. 4). Et ideal om objektivitet og faktuel sandhed har baggrund i nyhedsmediernes institutionelle opgave i at repræsentere virkeligheden (van Zoonen, 1992, s. 456). Således henviser medielogikker til de normer, rutiner og regler, der influerer nyhedsmediernes tilgang til og præsentation af indhold (Blach-Ørsten,

2021, s. 215), hvilket kan kobles til de fem klassiske nyhedskriterier om aktualitet, relevans, identifikation, konflikt og sensation (Kristensen, 2021, s. 236). Grundprincippet om medielogikker refererer til idéen om at "[...] saturate coverage of events over a short period of time, slack off, and eventually turn to something else" (van Dijck & Poell, 2013, s. 4). Heri ligger en pointe om, at emner uundgåeligt vil tiltage og aftage i offentlighedens bevidsthed, fordi nyhedsmedier har en grundlæggende interesse i konstant at fornye offentlighedens fokus (van Dijck & Poell, 2013, s. 4). I forlængelse heraf beskrives massemedielogikken *programmed flow*, der dækker over planlægningen af indhold til at skabe en kontinuerlig informationsstrøm, hvormed modtagerens fokus bestemmes (van Dijck & Poell, 2013, s. 5-6). Denne informationsstrøm kan i høj grad være præget af nyhedsmediet som genre, hvor dramatiske og sensationelle virkemidler benyttes til at fange og fastholde publikums fokus (Blach-Ørsten, 2021, s. 215), samt kriteriet om nyhedsværdi, der anvendes i udvælgelsen af relevant information (Klinger & Svensson, 2015, s. 1247). Det er således journalisterne og nyhedsmediernes som professionelle aktører, der bestemmer hvilket indhold, og hvordan indholdet produceres til modtageren. Vi finder herudfra, at programmed flow kan give indsigt i, hvordan nyhedsmediernes produktion og udvælgelse kan bidrage til skabelsen af mediediskurser. Ydermere har massemediernes mulighed for at skabe mediepersonligheder gennem vinkling og udvælgelse af indhold (van Dijck & Poell, 2013, s. 6). Samtidig søger massemedier at forbinde borgere demografisk og geografisk i deres formidling af nyheder, information og underholdning (van Dijck & Poell, 2013, s. 8; Klinger & Svensson, 2015, s. 1250), hvorfor indhold vil være præget af nyhedsmediernes forestilling om deres publikum, herunder hvilke emner de formoder vil interessere dem (Blach-Ørsten, 2021, s. 215).

Med udgangspunkt i specialets afsæt finder vi, at en forståelse for massemedielogikker præsenterer en mulighed for at undersøge nyhedsmediernes indflydelse på offentligheden. Samtidig kan dette udgangspunkt bidrage til undersøgelsen af, hvordan medier producerer diskurser om feminisme ved en forståelse for, hvilke logikker nyhedsmediernes arbejder ud fra. I specialet vil vi fremover referere til disse logikker som nyhedsmedielogikker.

3.1.2. MENINGSKONSTRUKTION I DEN SOCIALE VERDEN

Da vi ikke blot undersøger mediediskurser i nyhedsmedier, men ligeledes mediediskurser inden for en tidsperiode, hvor sociale medier er en del af medielandskabet, finder vi det

relevant at undersøge, hvad der skaber, og skabes af, disse platforme. Nedenstående afsnit vil således præsentere forskningslitteratur, der definerer begrebet *mediering*, for derudfra at se på, hvilke logikker sociale medier arbejder ud fra. Hvor medialisering undersøger mediernes indflydelse på institutioner, ønsker vi i det følgende at få en forståelse for, hvordan mediernes rolle i et medieringsperspektiv argumenteres at blive en anden. Ifølge Couldry (2008) har begrebet mediering i medieforskning refereret til handlingen at transmittere et givent emne gennem medierne, mens han selv arbejder med en definition af mediering, som den overordnede effekt af medieinstitutioner, der eksisterer i nutidige samfund samt den overordnede forskel medier gør ved at være til stede i den sociale offentlighed (s. 379). Denne definition lægger sig tæt op af den gennemgåede definition af medialisering, hvorfor Couldry (2008) trækker på Silverstone (2002) i begrebsliggørelsen af mediering. Mediering involverer udviklingen af mening fra en tekst til en anden, fra en diskurs til en anden og fra en begivenhed til en anden. Det involverer en konstant transformation af betydninger (Silverstone, 1999, s. 13). Silverstone (2002) bruger begrebet til at beskrive den fundamentale, men på samme tid ujævne, dialektiske proces, hvori institutionaliserede medier af kommunikation (dette være pressen, radio- og tv-udsendelser eller internettet), involveres i den generelle cirkulation af symboler i det sociale liv. Mediering er ifølge Silverstone (2002) både teknologisk og socialt betinget (s. 762). Silverstones (2005) fokus på mediering som en dialektisk proces betyder, at man skal tilgå kommunikationsprocesserne som både institutionelt og teknologisk drevet og indlejret. Derfor kræver mediering en forståelse for, hvordan kommunikationsprocesser forandrer de sociale og kulturelle miljøer, der støtter dem, samt hvordan kommunikationsprocesser forandrer det forhold, individer og institutioner har til de miljøer og til hinanden (Silverstone, 2005, s. 189). Mediering beskriver på den måde konkrete handlinger af kommunikation ved hjælp af et medie i en bestemt social kontekst (Mattoni & Treré, 2014, s. 261). Ud fra Silverstone (2002;2005) argumenterer Couldry (2008), at en hvilken som helst medieringsproces af en kultur eller et samfund har to led:

“[...] ‘media’ work, and must work, not merely by transmitting discrete textual units for discrete moments of reception, but through a process of environmental transformation which, in turn, transforms the conditions under which any future media can be produced and understood” (Couldry, 2008, s. 380).

Couldry (2008) arbejder således ikke med mediering som en lineær proces, idet han ser mediering som en måde at indfange forskellige dynamikker i et medie flow (s. 380). Hertil

beskrives medie flow som værende de flows, der er i produktionen, cirkulationen, fortolkningen eller receptionen af kommunikation, samt i recirkulationen, hvor fortolkning kan bevæge sig ud i det generelle sociale og kulturelle samfund (Couldry, 2008, s. 380). Endvidere præsenterer Silverstone (2002), at mediering: "[...] is also increasingly pervasive, as social actors become progressively dependent on the supply of public meanings and accounts of the world in attempting to make sense of their own" (s. 762), hvorfor forståelsen af mediering bliver ud fra ideen om, at begrebet har stor betydning for, hvordan mediernes påvirkning af det sociale liv og offentligheden i generel forstand, er bærende elementer i at kunne forstå, hvordan mediediskurser påvirker institutioner og praksisser i samfundet.

Da vores forståelse af mediering i høj grad tager afsæt i Couldrys (2008) definition af begrebet, finder vi det ligeledes relevant at forholde os til, at han tilgår mediering ud fra et paradigme, der fokuserer på medier som praksis. Couldry (2004) argument for at se på medier som praksis, går fra ikke udelukkende at se på medietekster eller medieinstitutioner, men derimod at undersøge, hvad mennesker gør i relation til medier på tværs af situationer og kontekster (s. 119). I undersøgelsen af medier i forskellige situationer og kontekster muliggøres det således at forstå, hvordan mediepraksisser organiserer, kombinerer og mere generelt krydser andre sociale praksisser (Mattoni & Treré, 2014, s. 259). Ved at gå ud fra praksis som en rammesætning i undersøgelsen af forholdet mellem sociale bevægelser og medier, kan man se mere generelt på et givent emne (Treré & Stephansen, 2019, s. 1). Således bliver mediepraksis en form for rammesætning for vores arbejde med mediering og i den forbindelse sociale medier. Mediering kan defineres som en social proces, hvori medierne støtter strømmingen af diskurser, betydninger og fortolkninger i samfundet (Mattoni & Treré, 2014, s. 260). Samtidig kan mediering ses som et begreb, der beskriver den forøgede brug af teknologi til kommunikation mellem mennesker i en digital tidsalder (Lievrouw, 2009, s. 315). Mediering refererer således til en generel kommunikationsproces – hvordan kommunikation skal forstås som involverende i en igangværende mediering af meningskonstruktion (Couldry & Hepp, 2013, s. 197). Altså argumenteres det, at begrebet mediering er et resultat af den indflydelse medier har på offentlighedens forståelse af den sociale verden. Grundet Lievrouw's (2009) argument om, at mediering i særdeleshed er med til at beskrive indflydelsen af kommunikation mellem mennesker i et digitalt perspektiv, finder vi det relevant at forholde os til mediering i forbindelse med vores udvalgte nedslag, hvor sociale medier inddrages, da vores tilgang til mediering vil være ud fra undersøgelsen af mediediskurser på sociale medier. Sociale medier

introducerer nemlig en række potentielt hegemoniserende og mod-diskursive modaliteter (Blaagaard & Roslyng, 2022, s. 215), der blandt andet kan karakteriseres ud fra medielogikker.

Til trods for at mediering ikke arbejder ud fra logikker på samme måde som medialiseringsbegrebet, finder vi det relevant at undersøge de værktøjer, sociale medier arbejder ud fra, for selv at kunne definere, hvad vi i specialet vil referere til som sociale medielogikker. Når vi i analysen af sociale medier arbejder ud fra logikker, er det ud fra en forståelse og vurdering af sociale medier som værende underlagt forskellige affordances. Begrebet *affordance* er mange-tydigt, hvorfor vores begrebsliggørelse vil tage udgangspunkt i Hutchby (2001). I forbindelse med affordancebegrebet arbejder Hutchby (2001) ud fra en socialkonstruktivistisk tilgang (s. 442), når han beskriver teknologier som tekster, der arbejder ud fra affordances, hvilke begrænser måderne, hvorpå en teknologi forstås (s. 447). Ud fra denne forståelse af affordances vil vi beskæftige os med sociale medielogikker og netværk medielogikker som teknologier, hvor disse kan forstås som artefakter, der både kan være skabt af, og skabende for, de praksisser, brugere anvender.

I arbejdet med sociale medielogikker, tages udgangspunkt i van Dijck og Poells (2013) definition af *sociale medielogikker*, samt Klinger og Svenssons (2015) begrebsliggørelse af *netværk medielogikker*. Sociale medielogikker og netværk medielogikker vil blive kombineret, da vi finder, at de begge kan bidrage til undersøgelsen af, hvilke betingelser sociale medier er båret og påvirket af. Sociale medielogikker refererer til de processer, principper og praksisser, hvorigennem sociale medieplatforme bearbejder information, nyheder og kommunikation, samt hvordan de kanaliserer trafik (van Dijck & Poell, 2013, s. 5). På samme måde som ved nyhedsmedielogikker, kan sociale medielogikker påvirke offentligheden uden om selve platformen samtidig med, at den givne platforms teknologiske, diskursive, økonomiske og organisatoriske strategier oftest forbliver implicitte eller vil fremstå naturlige (van Dijck & Poell, 2013, s. 5).

Digitale medier muliggør, at brugere kan udvikle horisontale og vertikale netværk til interaktion, både lokalt og globalt når som helst (Uysal & Yang, 2013, s. 461). Castells (2007) argumenterer for, at et netværkssamfund er fremkommet i forbindelse med nyere teknologier, hvortil han fremlægger en ramme til at forklare kommunikationen i et netværkssamfund. Ifølge Castells (2009) er der tre former for kommunikation: interpersonel, masse, og masse

selv-kommunikation, der sameksisterer, interagerer og komplimenterer hinanden (s. 85). Masse selv-kommunikation kan potentielt nå ud til et globalt publikum, hvilket øger den enkeltes autonomi (Uysal & Yang, 2013, s. 461). Forståelsen herudfra bliver, hvordan brugere gennem sociale medier kan få indflydelse på offentlighedens bevidsthed, uden det nødvendigvis er synligt. Dette muliggøres af de muligheder digitale og sociale medier giver brugere, hvor de gennem masse selv-kommunikation kan få autonomi og blive uafhængige af masse- og nyhedsmedier. Herved ser vi, hvordan sociale medier netop lægger op til, at brugere kan nå ud til flere i et netværkssamfund, hvor holdninger og budskaber kan deles. Dette muliggøres, som nævnt, gennem blandt andet sociale medielogikker.

Van Dijck og Poell (2013) opstiller flere elementer i sociale medielogikker, hvor vi tager udgangspunkt i *programmability*, *popularity* og *connectivity*. Samtidig opstiller Klinger og Svensson (2015) tre dimensioner: *production*, *distribution* og *usage*. Med sociale medier er måden, hvorpå information produceres blevet ændret, hvilket tydeliggøres i forskellen mellem aktørerne hos nyhedsmedier og de sociale medier. Hvor nyhedsmedielogikker er baseret på indhold, produceret af professionelle journalister, argumenteres det, at netværk medielogikker er baseret på indhold, produceret af amatører (Klinger & Svensson, 2015, s. 1246-1247). Forskellen kan yderligere ses mellem elementerne programmed flow (jf. afsnit 3.1.1.) og programmability. Hos de sociale medier ses, i stedet for programmed flow, elementet programmability, der beskriver, hvordan et socialt medie opstiller muligheder for interaktion som eksempelvis at kunne like, dele og føje til favoritter (van Dijck & Poell, 2013, s. 5). Jensen et al. (2020) beskriver de centrale enheder for indhold som værende dem, interaktioner er centreret omkring – for Facebook er dette statusopdateringen og for Instagram medieobjektet (billedet eller videoen) (s. 805). Derudover er de typiske funktioner på Facebook venne- og likefunktionen, mens Instagram arbejder med hjertet som reaktion på opslag (Jensen et al. 2020, s. 804). Disse muligheder for interaktion kan ses i sammenhæng med logikken bag udvælgelse af indhold til sociale medier, der vælges på baggrund af personlig interesse, refleksiv individualisering og håb om maksimal opmærksomhed (Klinger & Svensson, 2015, s. 1247). Endvidere kan nævnte interaktion være udtryk for en præsentation af brugernes identitet, hvor likes og kommentarer på opslag kan ske mere eller mindre bevidst, som en måde at udtrykke subjektiv information om brugernes egne tanker, følelser og holdninger (Kietzmann et al., 2011, s. 243). Forskellen på logikken hos de to medietyper bunder således i et fokusskift, fra nyhedsmediernes informationsstrøm til et publikum, til sociale mediers interaktive og

personlige kommunikation, der produceres af afsenderen selv og de aktive brugere i samspil. Således omhandler programmability sociale mediers evne til at påvirke brugeres kommunikative bidrag samtidig med, at brugerne selv kan påvirke indholdet på platformene. Yderligere lægger nyhedsmediernes programmed flow op til envejskommunikation, mens de sociale mediers programmability har fokus på interaktion brugere imellem (van Dijck & Poell, 2013, s. 5-6). De sociale mediers interaktion kan komme til udtryk i form af blandt andet likes og deling, hvortil disse teknologiske værktøjer former de sociale mediers affordances, der er forskellige alt efter hvilket socialt medie, der anvendes. Disse affordances bidrager til en bestemt anvendelse af teknologien, hvor brugernes anvendelse i praksis kan være medskabende af den måde, information fortolkes og repræsenteres. I konteksten af nærværende speciale giver programmability og programmed flow en mulighed for at forstå, hvordan nyhedsmedier og sociale medier adskiller sig i forhold til måden, information skabes og interageres med. Endvidere betyder de sociale mediers interaktivitet, at distributionen af indhold på sociale medier er forskellig fra nyhedsmediernes. Distribution, som en dimension af sociale medier, indebærer, at det ikke længere kun er de professionelle, såsom journalister, der kan filtrere, redigere og videreformidle information til deres modtagere, men at brugerne selv kan tage del i informationsnetværk (Klinger & Svensson, 2015, s. 1248). Altså bygger distributionen på sociale medier på en logik om viralitet, idet indhold uden kvaliteter ikke vil nå en bred brugerskare (Klinger & Svensson, 2015, s. 1248). Dette kan endvidere kobles til popularity, hvor sociale medier er betinget af algoritmer og socioøkonomiske komponenter. Algoritmer styrer populariteten af personer og emner, mens brugeres adfærd, gennem eksempelvis likes og deling af indhold, kan påvirke denne popularitet (van Dijck & Poell, 2013, s. 6-7). Gennem interaktiviteten og muligheden for, at brugere kan deltage aktivt i produktionen og distributionen af indhold, er en logik i sociale medier baseret på selektiv eksponering af indhold og et fragmenteret publikum, der udvikler nye logikker inden for brugen af mediet (Klinger & Svensson, 2015, s. 1249). Den affordance der knytter sig til popularity består således i, at de teknologiske værktøjer kan fremme en overvejelse af egne personlige holdninger og interesser, der bliver medskabende for det indhold, der opnår popularitet hos de sociale medier. Herudover gør de sociale medier det nemmere for brugere at omgås hinanden på tværs af geografi (Klinger & Svensson, 2015, s. 1250), samt skaber mulighed for at forbinde indhold med brugere gennem blandt andet foreslåede grupper eller personlige anbefalinger, der af van Dijck & Poell (2013) beskrives som elementet connectivity (s. 8). Med sociale medieplatforme tilbydes en mulighed

for at vælge og fravælge, hvem man vil kommunikere med på et personligt niveau (van Dijck & Poell, 2013, s. 8). Derudover ses sociale medier af andre, som en måde at ytre deres budskab i håb om, at få indflydelse i forbindelse med eksempelvis humanitære sager, klimaproblemer, økonomiske udfordringer eller politiske debatter (Kietzmann et al., 2011, s. 244). Selvom både Facebook og Instagram stadig har fokus på identitet konstrueret gennem selvpræsentation og optræden på brugeres profiler, er den vigtigste sociale funktion interaktionen mellem brugere, der ses gennem venneanmodninger, kommentarer, deling og likes (Jensen et al., 2020, s. 804). Gennem dette tilgængeliggøres det med sociale medier, at individer kan indgå i sociale fællesskaber og skabe egne skræddersyede sociale netværk (van Dijck & Poell, 2013, s. 8), og gennem disse netværk skabe deres egen sociale virkelighed (Klinger & Svensson, 2015, s. 1250).

Ovennævnte gennemgang af elementer og dimensioner vil i specialet danne baggrund for vores forståelse af, hvad sociale medier bidrager med i et netværkssamfund, samt hvilke betingelser sociale medier er båret af gennem affordances. I specialet vil ovenstående fremover blive refereret til under den samlede betegnelse: sociale medielogikker.

3.1.3. DISKURSIV MENINGSSKABELSE GENNEM STORYTELLING

Ovenstående præsentation af forskningslitteratur med fokus på begreberne medialisering og mediering giver indblik i, hvilke logikker medierne arbejder med og ud fra, samt hvordan disse logikker kan have indflydelse på individer og institutioner. Hertil finder vi det nødvendigt at undersøge, hvad og hvilke værktøjer medier yderligere kan tage i brug i indflydelsen på offentligheder. Nedenstående afsnit vil derfor være en præsentation af storytelling, da vi vurderer, at denne teori vil kunne bidrage til en forståelse for mediernes produktion af diskurser.

Storytelling sker overalt og ikke kun i medierne, hvorfor vi finder det relevant først at gå i dybden med storytelling i et mere generelt perspektiv, for derudfra at koble det til medier. Det beskrives blandt andet af Salmon (2010), at "Managers tell their employees to tell stories. The big brands urge consumers to tell stories [...] Spin doctors advise politicians to tell stories. Stories are invading newspaper columns, legal arguments, and computer screens" (s. vii), hvortil, der i begrebet *storytelling* ligger en forståelse for vigtigheden af narrativer i kommunikation og konstruktionen af viden (Fischer, 1987, s. 24), og at disse narrativer kan findes

overalt, hvor de er medvirkende til at performe utallige betydninger i interaktionen mellem mennesker (Toolan, 2001, s. 8). Det understreges ydermere, at storytelling har en voksende betydning i offentlig diskurs og i måden man retorisk overtaler et publikum (Salmon, 2010, s. vii-x). Storytelling forstås således som en måde, hvorpå etableringen og opretholdelsen af narrativer kan spille en afgørende rolle i, hvordan offentlige diskurser får betydning gennem måden disse læses af andre. *Narrativitet* begrebsliggøres ud fra et koncept om narrative tekster, hvori en aktør eller et subjekt udtrykker en fortælling i et bestemt medium. Denne fortælling er selve indholdet af teksten, hvortil denne fortælling består af en serie af logisk og kronologisk relaterede begivenheder, der er forårsaget eller oplevet af aktøren (Bal, 2009, s. 5). Med udgangspunkt i denne definition af narrativer ser vi storytelling ud fra, hvordan narrativer er med til at udtrykke en begivenhed eller et emne, der kan være med til at producere diskursen. Da indeværende speciale er en undersøgelse af produktionen af mediediskurser om feminism, er vores forudsætning for denne forståelse ud fra et medieperspektiv, hvorved vi forstår storytelling som en måde, hvorpå nyhedsmedier og personer på sociale medier kan skabe narrativer om feminism. Da vi ikke blot undersøger nyhedsmedier men også sociale medier, finder vi det ydermere relevant at forholde os til, hvordan storytelling kan ses i et digitalt perspektiv.

Med afsæt i definitionen af storytelling og narrativer ser vi en interessant vinkel i Couldrys (2008) teoretisering af *digital storytelling*. Når Couldry (2008) arbejder med digital storytelling er det ud fra et medieringsperspektiv, og ud fra et argument om, at mediering er et relevant værktøj til at forstå dynamikkerne i digital storytelling (s. 375). Couldrys (2008) definition af digital storytelling italesættes ud fra en idé om: “[...] the whole range of personal stories now being told in potentially public form using digital media resources” (s. 374). Med digital storytelling er fokus på fortællinger, der genereres digitalt, involverer forskellige former for deltagelse og interaktion, er distribueret gennem digitale platforme eller forbruges på digitale platforme (Jenkins et al., 2017, s. 1061). Til denne forståelse af digital storytelling ses ydermere en forbindelse til van Dijck og Poells (2013) element connectivity, da digital storytelling kan siges at være en måde, hvorpå brugere kan skabe forbindelse med andre på samme platform. I Couldrys (2008) teoretisering af digital storytelling har han baggrund i mediering som et mediefLOW af produktion, cirkulation, fortolkning og recirkulation, hvortil han opstiller tre hovedperspektiver, fra hvilke digital storytelling kan undersøges. Perspektiverne indebærer: 1) hvordan digitale storytellingkontekster og processer af produktion associeres med

bestemte praksisser og fortolkninger, 2) hvordan produktet af digital storytelling cirkulerer og recirkulerer mellem forskellige websider, og derigennem udveksles mellem adskillige brugere og 3) den længerevarende konsekvens af digital storytelling som en praksis for brugere samt for samfund og kultur. Det sidste perspektiv involverer overvejelser for de bredere interaktioner mellem storytellingpraksisser og generel mediekultur (Couldry, 2008, s. 383). Herudfra forstår vi Couldrys (2008) teoretisering af digital storytelling som en måde, hvorpå vi kan undersøge, hvordan narrativer og fortællinger skabes på sociale medier, gennem hvilke individer kan blive påvirket af produktionen af netop disse narrativer og digital storytelling. Couldry (2008) argumenterer for, at digital storytelling tilvejebringer muligheder for at skabe et narrativ om sig selv, gennem muliggørelsen af at kunne fremstille sig selv eller en sag, der registreres i et offentligt domæne (s. 386). Heri ligger en understregning af, at digital storytelling netop er gennem et digitalt medie, hvorfor det ifølge Couldry (2008) er en vigtig praksis at undersøge, da det opererer uden for de begrænsninger, mainstream medieinstitutioner er underlagt (s. 386). Herudfra argumenteres at digital storytelling er en form for teknik i en voksende forståelse på tværs af generationer, etniciteter og andre inddelinger i samfundet, og som et værktøj i aktivistisk organisering, uddannelse og kommunikation (Couldry, 2008, s. 387).

Med afsæt i ovenstående forståelse af både en generel definition af storytelling og Couldrys (2008) definition af digital storytelling ser vi, at teorierne bag kan danne grundlag for en dybere forståelse for de værktøjer, nyhedsmedier og sociale medier arbejder ud fra. Storytelling i et nyhedsmedieperspektiv kan anvendes i analysen af, hvordan nyhedsmedier fremstiller feminisme, samt hvilke narrativer, der skabes om feminisme. Digital storytelling kan anvendes i analysen af, hvordan brugere på sociale medier kan være med til at gøre opmærksom på emner, der ikke nødvendigvis får samme opmærksomhed eller vinkling i nyhedsmedier, eller kan være en måde, hvorpå aktører kan skabe narrativer ud fra personlige oplevelser og holdninger. Således er der med afsæt i vores forståelse af både storytelling og digital storytelling fokus på, hvordan fortællinger og narrativer distribueret i både nyhedsmedier og på sociale medieplatforme, kan være med til at påvirke og skabe opmærksomhed om givne emner og derigennem påvirke og skabe en offentlig holdning gennem produktionen af diskurser.

3.1.4. AFRUNDING TIL MEDIERNES TILSTEDEVÆRELSE I OFFENTLIGHEDEN

Ud fra ovenstående gennemgang af eksisterende forskningslitteratur, der søger svar på, hvordan medier fungerer og opererer, og hvilken indflydelse det kan have på mediernes adressering af offentligheden gennem diskurs, finder vi belæg for at arbejde ud fra to divergerende perspektiver, når vi i vores analyse tager afsæt i både nyhedsmedier og sociale medier. I specalet benytter vi de to begreber medialisering og mediering i sammenhæng med nyhedsmedielogikker samt sociale medielogikker, til at opnå forståelse for mediernes indflydelse i offentligheden gennem produktion af diskurs. Hertil argumenteres i et medialiseringsperspektiv, at medier spiller en stigende rolle i samfundsmæssige forandringer på tværs af flere felter, hvor medierne indgyder deres logikker til disse andre felter, samtidig med at de formes af dem. Medialisering i indeværende speciale er herudfra med fokus på, hvordan fremstillingen af feminisme har forandret sig, og hvordan disse forandringer kan forstås at have skabt nye vilkår for forståelsen af feminisme. Med mediering refereres til generelle kommunikationsprocesser, hvor kommunikation forstås som at have betydning for meningskonstruktion. I specalet tager vi ud fra medieringsperspektivet udgangspunkt i medier som praksis, hvoraf vores forståelse er, at mennesker gør noget med medier, samt at begrebet har betydning for, hvordan mediernes påvirkning af det sociale liv og offentligheden, er styrende elementer i forståelsen af, hvordan brugere gennem sociale medier fremstiller feminisme. Derudover ser vi i høj grad mediering i et teknologisk perspektiv, hvor begrebet er et resultat af sociale mediers indflydelse på offentlighedens forståelse af verden. Endvidere giver ovenstående en forståelse for, hvordan medielogikker i høj grad kan være med til at påvirke offentlige diskurser. Fælles for de mange perspektiver, at forstå og anse medielogikker ud fra, er, at det i et medialiseringsperspektiv er med et institutionelt afsæt, hvor det ud fra mediering har større fokus på logikker ud fra et teknologisk perspektiv. Hvor mediernes logikker i et medialiseringsperspektiv er de institutionelle, teknologiske og ekspressive karakteristika af medier, der i stigende grad vil have indflydelse på samfundet (Hjarvard, 2008, s. 125), lægger de med ideen om mediering og sociale medier op til aktiv deltagelse fra brugere, der i interaktionen med teknologien kan skabe sociale netværk, og dermed selv være skabende for de praksisser, de er en del af. Logikker forstås i indeværende speciale som elementer, der præger både nyhedsmedier og sociale medier, hvor de har hver deres betydning for produktionen af diskurs.

Ydermere ser vi, hvordan storytelling og digital storytelling kan være værktøjer, både nyhedsmedier og sociale medier gør brug af i italesættelsen og fremstillingen af feminisme. Storytelling og digital storytelling illustrerer mulighederne for at skabe historier med bestemte narrativer, hvorved offentlige og personlige holdninger kan komme til udtryk. Præsentationen af forskningslitteratur om medialisering, mediering, medielogikker og storytelling, herunder digital storytelling, danner grundlag for en undersøgelse af mediernes forskellige perspektiver, betydninger og konsekvenser for forståelsen af, hvordan medier gennem diskursive fremstillinger af feminisme kan adressere offentligheder.

3.2. REPRÆSENTATION AF FEMINISME I MEDIEDISKURS

Med afsæt i vores undren og ønske om at undersøge, hvordan mediediskurser kan skabe en forståelse af feminisme, vil vi i det følgende afsnit præsentere forskningslitteratur med fokus på, hvordan medier gennem tiden har italesat feminisme. Til trods for at specialet har udgangspunkt i et dansk synspunkt, finder vi det relevant at inddrage forskningslitteratur med internationalt afsæt, da vi i søgeprocessen ikke har kunne indhente tilstrækkelig forskning om emnet med et dansk fokus, samtidig med, at disse giver indblik i en mere generel forståelse for fremstillingen af feminisme, samt kan bidrage med viden og indsigt i større omfang.

3.2.1. FORHOLDET MELLEM MEDIER & FEMINISME

Vi søger med følgende afsnit at afdække et felt, der kan give indblik i mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe specifikke forandringer i samfundet, hvortil et eksempel herpå er feminisme. Ydermere suppleres dette felt med forskningslitteratur, der undersøger race, køn, etniske grupper og/eller minoriteter, da vi ser, at disse i nogen grad også kan kategoriseres som udtryk for socialt underordnede grupper. Som litteraturreviewet tidligere har belyst, er meget af det, offentligheden forstår som værende vigtigt, baseret på de fortællinger og historier, der produceres af medieinstitutioner. Meget af den viden befolkningen har om emner, stammer fra de billeder, symboler og narrativer, der præsenteres i diverse former for medier, hvorfor medier er helt centrale i, hvad der repræsenterer den sociale virkelighed (Brooks & Hébert, 2006, s. 297). Race, køn, etnicitet og minoriteter har ligesom feminisme, ofte været udsat for bestemte stereotyper fremlagt i og af medierne. Medierne har et potentiale i at fremsætte bestemte stereotypiske sociale grupper, hvor disse grupper udsættes for overvejende snæver

repræsentation, hvilket i høj grad bidrager til en kultivering af negative opfattelser af disse grupper i samfundet (Scharrer & Ramasubramanian, 2015; Leavitt et al., 2015; Mastro & Tuachinsky, 2011). Nyhedsmediernes muligheder for at identificere grupper, som eksempelvis race og etnicitet, som sociale konstruktioner, bidrager ligeledes til forståelsen af nyhedsmedier som en væsentlig institution for transmissionen af kultur, hvori de spiller en vigtig rolle i at bestemme, hvilke diskurser, der udbredes i offentligheden (Haynes, 2007, s. 163). Nyhedsmedier spiller dog ikke blot en rolle i, hvordan samfundet forstår og opfatter disse grupper, men spiller også en betydelig rolle i selvopfattelsen og selvforståelsen for individer i sociale grupper (Leavitt et al., 2015, s. 39). I søgningen af litteratur omhandlende mediers fremstilling og italesættelse af feminisme, argumenterer blandt andre Lind og Salo (2002) for, at det er nødvendigt at forstå, hvordan medier portrætterer feminisme, fordi tidligere forskning netop har vist, at individers holdninger påvirkes af, hvordan medierne italesætter problemstillinger (s. 211). Af andre argumenteres samtidig, at feminisme er en social bevægelse, og at nyhedsmedier spiller en afgørende rolle i, hvorledes en social bevægelse opfattes af offentligheden og får succes eller fejler (Ashley & Olson, 1998, s. 263; Barker-Plummer, 2010, s. 145). Det er særligt gennem cirkulation af nyheder, at udfordrende ideer og emner mobiliseres i en større offentlig sfære, hvorfor forholdet mellem nyhedsmedier og sociale bevægelser beskrives, som værende et væsentligt element i forståelsen af social forandring (Barker-Plummer, 2010, s. 145). I disse tilfælde spiller mediernes evne til at påvirke indholdet en afgørende rolle, da medierne har mulighed for at kunne udvælge, hvad der skal på dagsordenen (Ashley & Olson, 1998, s. 263). Loke et al. (2017) finder, at feminisme som social bevægelse i amerikanske medier frames som en social afvigelse fra en offentlig holdning, der har bidraget til, og påvirket, opfattelsen af feminister i samfundet, der går ud over repræsentationen i medierne (s. 124). Fremstillingen i medierne har således en tendens til at:

“[...] become ‘the movement’ for wider publics and institutions who have few alternative sources of information, or none at all, about it [...] When the movement is being opposed, what is being opposed is in large part a set of mass mediated images (Gitlin, 2003, s. 3).

Dette bidrager til vores forståelse af mediernes evne til at påvirke den offentlige holdning i forbindelse med feminisme. Der hvor mediernes repræsentation af feminisme får betydning, er i muligheden for at kunne italesætte en protestgruppe på flere måder: ved at ignorere protestgruppen, placere artiklen bagerst i avisen, ved den specifikke beskrivelse af protest-

personerne, rapportere begivenhederne frem for gruppens mål og interesser, banalisere protesten eller marginalisere synspunkter (Ashley & Olson, 1998, s. 264). Denne form for repræsentation kommer yderligere til udtryk i nyhedsmediers simplificering af information om feminisme som social bevægelse. Til trods for at feminisme ses som en igangværende social bevægelse, afsætter nyhedsmedier kun sporadisk og simplificeret dækning af emnet, hvilket ifølge Loke et al. (2017) sender et budskab om, at feminisme ikke er en vedvarende kamp for ligestilling (s. 127-129). I forbindelse med dette fremsætter van Zoonen (1992), at medierne konstruerer en skelnen mellem en legitim kamp for ligestilling overfor en mindre legitim feminisme, præsenteret gennem den almindelige husmor – ikke interesseret i kvindebevægelsen – og kvindeaktivisten – forskellig fra forståelsen af en gennemsnitlig almindelig kvinde (s. 463). I Rhodes (1995) historiske overblik over mediernes italesættelse af feminisme påstås det, at nyhedsmedierne generelt er uinteresserede i feminisme. Når en feministisk bevægelse diskuteres i medierne, argumenterer både Rhode (1995) samt Lind og Salo (2002), at medierne anvender flere strategier. Rhode (1995) opstiller strategierne *dæmonisering*, *personificering* og *banalisering*, *polarisering* samt fokus på *individuel frem for social forandring*. Hertil opstilles af Lind og Salo (2002) strategier, der både taler ind i Rhodes (1995) samt tilføjer andre dimensioner. Dæmonisering relateres til en afbildning af feminister som “[...] ‘unsexed’ harpies with deviant lifestyles [...]” (Rhode, 1995, s. 693), samt en fremstilling af feminister som blandt andet temperamentsfulde, grimme, mandehadende, familieødelæggende og bh-brændende (Lind & Salo, 2002, s. 218). Personificering og banalisering dækker over den hyppigt refererede fysiske fremtoning hos feminister, og hvordan det banaliserer bevægelsen (Rhode, 1995, s. 696; Lind & Salo, 2002, s. 219). Endvidere beskrives polarisering ved, at feminisme og feminister ofte portrætteres i omstændigheder, såsom offentlige demonstrationer, der bidrager til en bestemt vinkling af det og dem, mens deres modpart forekommer i miljøer, der bidrager til mere sagligt funderede svar (Rhode, 1995, s. 701). Rhodes (1995) sidste strategi, individuel forandring, består af individuelle succes historier, der fremmer kvinders tro på, at de kan overkomme de udfordringer, de møder ved at forbedre sig selv (s. 703), hvilken kan ses i sammenhæng med Lind og Salos (2002) *agency* frame om en stereotyp fremstilling, der beskriver individuel styrke, evne, lederskab, magt og lignende. Her er de mest almindelige beskrivelser ud fra ord og leksikale variationer såsom stærk, respekt, leder og aktivist (Lind & Salo, 2002, s. 221). Lind og Salo (2002) fremsætter herudover en *victimization* frame: “Women and feminists are portrayed in a victimization frame when their representation

includes references to weakness, vulnerability, mental illness, crime (especially rape and abuse), fear, dysfunctionality [...]” (s. 220-221). Hertil forstår vi, at medierne kan tale ind i stereotyper om kvinder og feminister, som værende ofre. Sidst inddrages en frame værende *site of struggle*, der beskriver en stereotyp fremstilling af steder, hvor feministiske ideer og handlinger er lokaliseret. Hertil identificeres lokationer som hjemmet, arbejdspladsen og uddannelse (Lind & Salo, 2002, s. 221). Disse strategier og stereotyper vil anvendes i analysen af, hvorledes medierne italesætter feminisme i de danske medier.

I undersøgelsen af eksisterende litteratur om feminisme i sammenhæng med medier finder vi, at flere har fokus på forskellige former for feminisme, hvorudfra radikal feminisme og postfeminisme bliver interessant at inddrage. *Radikal feminisme* beskrives af Willis (1984) som værende en politisk bevægelse i kampen om at standse mænds overlegenhed og suverænitæt i både det sociale og økonomiske aspekt af tilværelsen, og en afvisning af tankegangen om at modsætte mandlige og kvindelige karakterer og værdier som en sexistisk idé (s. 91). Radikal feminisme beskriver dermed en form for feminisme, der accepterer eksistensen af patriarkatet sideløbende med en forpligtelse til at gøre en ende på det (Mackay, 2015, s. 334), og er således en forståelse af feminisme, der identificerer og modarbejder mandlig dominans (Thompson, 2001, s. 3). Radikale feminister ser ydermere kapitalisme som årsagen til kvinders undertrykkelse (Willis, 1984, s. 93). Vi forstår herudfra radikal feminisme som en anti-kapitalistisk feminisme, der søger at gøre oprør mod samfundet for at opnå social forandring. Om *postfeminisme* skriver blandt andre Barker-Plummer (2010), at forskning inden for feminisme i nyheder og populærkultur danner rammerne for det, der kaldes postfeminisme, hvilket hun beskriver som værende en diskursiv formation om feminisme (s. 189). Postfeminisme har til formål at gøre opmærksom på de komplekse måder, hvorpå en gennemgående ambivalens over for feminisme er manifesteret inden for mainstream kultur og medier (Dean, 2010, s. 392). Postfeminisme er baseret på en sameksistens af konservative værdier, der styrker traditionelle kønsroller, og på samme tid hævder lige muligheder for begge køn (Jaworska & Krishnamurthy, 2012, s. 402; Dean, 2010, s. 391). Hertil argumenteres postfeminisme at være overordnet associeret med en afvisning af feminisme med den begrundelse, at ligestilling er opnået, hvorfor feminisme anses som værende forældet i et moderne samfund (Jaworska & Krishnamurthy, 2012, s. 417). Begrebet postfeminisme kan således beskrive et sammentræffende sæt af hegemoniske diskurser om køn, feminisme og femininitæt (Dean, 2010, s. 392). Med postfeminisme marginaliseres feminisme ikke, men feminisme som værende

ligestilling mellem kønnene, tages derimod for givet som et allerede opnået mål (Barker-Plummer, 2010, s. 189). Ydermere beskriver Barker-Plummer (2010) postfeminisme som et logisk resultat af en feministisk historisk kurs. Postfeminisme repræsenterer den kulturelle accept af en begrænset feminisme, der overser mere radikale feministiske positioner, såsom rekonstruktionen af kernefamilien og fri abort, idet disse positioner ikke har været fokus i medierne (Barker-Plummer, 2010, s. 190). Udover at forskningslitteraturen argumenterer for, at feminisme gennem medier er blevet marginaliseret (van Zoonen, 1992; Barker-Plummer, 2010; Ashley & Olson, 1998; Jaworska & Krishnamurthy, 2012), diskuterer van Zoonen (1992) ydermere tvetydigheden i mediernes rolle, idet medierne i nogle tilfælde er medvirkende til at mobilisere opbakning, italesætte problematikker og mærkesager samt forstærke moralen hos deltagerne (s. 455). Herudfra bliver det interessant at undersøge, hvilke positioner af feminisme, mediediskurserne i vores udvalgte artikler er med til at producere.

3.2.2. FEMINISTISKE SOCIALE BEVÆGELSER PÅ SOCIALE MEDIER

I specialet forstår vi feminisme som værende en kompleks betegnelse for et fællesskab, en bevægelse eller ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe baseret på et fælles mål om social forandring, hvortil et aspekt i denne betegnelse er forståelsen af feminisme som værende en social bevægelse. Hertil beskrives af Wang og Quyang (2023), at digitale medier er et væsentligt værktøj i sociale bevægelser, da det har et potentiale til at facilitere informationsdeling, organisere et fragmenteret publikum ud fra specifikke formål samt forstærke bevægelsens sociale dagsorden (s. 3). Især for en feministisk deltagelse i den offentlige sfære, anses internettet og sociale medier, som værende væsentlige (Sills et al., 2016, s. 936-937), da sociale medier kan sætte feministiske problematikker på dagsorden, idet disse problematikker herigennem bliver tilgængelige, brugerorienterede samt giver mulighed for at blive udbredt (Sills et al., 2016, s. 943). Samtidig kan man med sociale medier fremme et samskabende perspektiv, hvormed sociale bevægelser kan spille en rolle i at facilitere politiske holdninger, social forandring og demokrati (Xiong et al., 2019, s. 11). Gennem feministiske sociale bevægelser argumenteres det, at feminister har været med til at bidrage til den politiske agenda ved systematisk at publicere og politisere oplevelser, såsom seksuel krænkelse og voldtægt, der tidligere har været forvist til det private, hvorved forståelsen for, hvad der legitimt kan opfattes som et politisk emne, er blevet diskret men radikalt udvidet (Barker-Plummer, 2010, s. 145-146). Heri ligger samtidig en mulighed for, at online fællesskaber gennem

kommunikation kan producere offline resultater – altså resultater i samfundet uden for de online fællesskaber (Clark, 2016, s. 791). Dette beskrives ydermere som en proces af feministisk diskursiv aktivisme (Shaw, 2012), der søger at fremme nye måder at italesætte feminisme på, samt nye sociale paradigmer gennem hvilke individer, kollektiver og institutioner fortolker sociale forhold og udarbejder reaktioner til dem på (Clark, 2016, s. 791). Mediepraksisser for sociale bevægelser forstås herudfra som den måde, hvorpå brugere, gennem sociale medier, kan være både medieproducenter og medieforbrugere på samme tid, hvor det er gennem interaktionen med blandt andet andre brugere, at en social bevægelse kommer frem i samfundet. Sociale bevægelser kan med andre ord være både progressive eller reaktionære, men vil i alle tilfælde være formålsbestemte kollektive handlinger, rettet mod at ændre de værdier og interesser, der er institutionaliseret i samfundet (Castells, 2007, s. 249). Ydermere bliver det gennem digitale medier tydeligt, at deltagelse bliver både nemmere, mere tilgængelig og effektiv, særligt grundet den alsidighed digitale mediers affordances fremmer, hvor disse kan anvendes som en værktøjskasse, for blandt andre feminister til at udforske nuancerede perspektiver af feministiske sociale bevægelser (Wang & Ouyang, 2023, s. 3). Herudfra finder vi det ligeledes relevant, at det i nyere tid i høj grad er gennem digitale- og sociale medieplatforme, og deres affordances og logikker, at feministiske sociale bevægelser kan siges at få mening. Samtidig er det værd at understrege, at sociale bevægelser naturligvis ikke udspringer fra teknologi, men blot anvender teknologi i udbredelsen af budskaber (Castells, 2007, s. 249). Hertil argumenterer Castells (2007), at masse selv-kommunikation tilbyder et ekstraordinært medium for sociale bevægelser i opbyggelsen af autonomi og konfrontationen med samfundsinstitutioner, hvorved teknologi bliver et værktøj, et medium og en social konstruktion med egne betydninger (s. 249). Med udgangspunkt i ovenstående ser vi, hvordan begrebet mediering kan være behjælpeligt til at give en dybere indsigt i, hvordan feministiske sociale bevægelser kan være en måde, hvorpå remediering af eksisterende fremstillinger af feminisme i nyhedsmedier, får andre betydninger på sociale medier. Samtidig bliver denne form for diskursiv kommunikationspraksis, hvorigennem sociale bevægelser kan dele oplevelser og kritik, en måde, hvorpå der kan opbygges solidaritet samt udbredes mod-narrativer (Barker-Plummer & Barker-Plummer, 2018, s. 96). Her forstår vi mod-narrativer som et led i at skabe mod-diskurser, hvor en bestemt fremstilling søger at gøre op med allerede eksisterende fremstillinger præsenteret af eksemplvis nyhedsmedier. Med sociale medier opstår muligheden for førstehåndsberetninger i delingen af personlige oplevelser, der samler sig online og

intensiveres gennem en tilsyneladende forenet synlighed (Myles, 2019, s. 510). Med digitale netværk forøges meningsudvekslingen, hvormed deltagere kan etablere prioriteter og identificere de problemstillinger, der er fremtrædende for dem (Xiong et al., 2019, s. 12), hvorfor det i analysen af sociale medier bliver væsentligt at forstå, hvordan feministiske narrativer formes i digitale netværk, for derudfra at kunne forholde os til, hvordan dette kan have indflydelse på de diskurser, der produceres. Dette særligt grundet online feminismes diskursive taktikker, der ofte opfordrer deltagere til at forme kollektive narrativer om modstand (Clark, 2016, s. 793). Sociale bevægelser er en permanent del af et samfund, der indtager organisationsform, og er specifik til den type samfund, hvori de finder sted, hvorfor der er stor kulturel og politisk forskellighed rundt omkring i verden (Castells, 2007, s. 249). Det er blandt andet med udgangspunkt i dette, at vores speciale begrænser sig til at undersøge mediediskurser om feminisme i Danmark, da vi netop er bevidste om, hvordan kulturelle normer og værdier kan have indflydelse på konstruktionen af feminisme.

Ovenstående præsentation af eksisterende forskningslitteratur giver en grundlæggende forståelse for, hvordan feminisme fremstilles i medierne. Samtidig giver litteratursøgningen indblik i radikal feminisme og postfeminisme, samt hvordan disse former for feminisme kan komme til udtryk. Ydermere giver ovenstående indsigt i, hvordan feministiske sociale bevægelser søger at skabe offentlig opmærksomhed på emner, der diskursivt udtrykkes og fremstilles på anden vis i blandt andet nyhedsmedier. Gennem sociale medier får brugere mulighed for at samskabe budskaber, hvorved der kan opstå forbundne handlinger, hvor der i fællesskab opbygges et narrativ i ønsket om at skabe forandring i samfundet. Således er det med digitale medier muligt for sociale bevægelser at skabe mod-diskurser og derved udfordre eksisterende magtforhold, hvorved sociale bevægelser kan være både progressive og reaktionære med formålet at ændre de værdier og interesser, der eksisterer i institutionaliserede samfund gennem kollektive handlinger. I specialet forstår vi feminisme som værende mere kompleks end hvad definitionen af sociale bevægelser foreskriver, hvorfor vi ikke på samme måde betragter feminisme som værende kun en social bevægelse, men derimod at en social bevægelse er en af de måder, hvorpå feminisme kan optræde i samfundet.

3.2.3. PRODUKTION AF FEMINISTISKE MOD-OFFENTLIGHEDER PÅ SOCIALE MEDIER

Med udgangspunkt i ovenstående gennemgang af eksisterende litteratur om mediernes repræsentation af feminisme, hvordan dækningen af feminisme kan sammenlignes med dækningen af andre grupper af en social og politisk underlegen karakter, samt hvilke muligheder sociale bevægelser har med sociale medier, ønsker vi med dette afsnit at forholde os til eksisterende forskning om, hvordan sociale mediers repræsentation af feminisme, kan bidrage til skabelsen af en mod-offentlighed. Således har afsnittet til formål at afdække definitionen af mod-offentlighed, med udgangspunkt i en forventning om, at mod-offentligheder er afvigende fra bredere offentligheder, idet mod-offentligheder kan opstå som en modstand til nyhedsmediernes fremstillinger.

Sociale medier beskrives som platforme, hvor dominerende diskurser fastholdes og udfordres (Wang & Quyang, 2023, s. 2), samt som platforme, der kan facilitere deltagelse og tilkendegivelse af holdninger, der udelukkes fra massemediernes (Leung & Lee, 2014, s. 343). Herigenem kan de forstyrre og udfordre den dominerende diskurs ved at dele information, give forskellige perspektiver, kritisere den implicitte ideologi eller forbinde forskellige bestanddele, hvormed modstanden til den dominerende diskurs kan blive forstærket i skabelsen af mod-diskurser (Wang & Quyang, 2023, s. 2). Ved at skabe mod-diskurser vil undertrykte grupper være mere tilbøjelige til at forandre eller erstatte de dominerende diskurser og derigennem skabe rum for selv at kunne definere den undertrykte gruppe, man er en del af (Wang & Quyang, 2023, s. 2). Ifølge Barker-Plummer og Barker-Plummer (2018) anvender feminister digitale platforme til at udføre det diskursive arbejde, bestående i modstand mod undertrykkende praksisser, kritisk deling og refleksion over erfaringer, samt skabelse og påkaldelse af nye rammer for viden, der konstituerer kollektiv identitet og bevidsthed (s. 97). Dette blandt andet gennem de sociale mediers logikker og affordances.

Mod-offentlighed tager afsæt i en definition af offentligheder som diskursive rum, hvor identitet er formet og forandret (Warner, 2002). Mod-offentligheder behandles som skabt af en gruppe mennesker, der kan beskrives som en underordnet social gruppe, hvor medlemmerne består af kvinder, arbejdere, mennesker af farve, homoseksuelle eller andre minoriteter, der finder det fordelagtigt at skabe en alternativ offentlighed (Fraser, 1990, s. 67; Jackson & Welles, 2015, s. 934). De alternative offentligheder, der ikke formår at omdanne sig selv til

generelle udtryk, kan således fremstå som mod-offentligheder. Mod-offentligheder er rum af cirkulation, hvor formålet er, at den poetiske skabelse af verden ikke blot er gengiven, men derimod foranderlig (Warner, 2002, s. 88). Dette kan sammenkobles med Frasers (1990) definition af underordnede mod-offentligheder som en parallel diskursiv arena, hvor medlemmer af underordnede sociale grupper udtænker og cirkulerer mod-diskurser, der tillader dem at formulere modsatrettede fortolkninger af deres identitet, interesser og behov (s. 67). Endvidere introducerer Jackson og Welles (2015) netværksbaserede mod-offentligheder, hvori de identificerer Twitter som et hurtigt udviklende rum for mod-offentlighedens protest og diskurs, der muliggør offentlig debat mellem aktivister, borgere og medieproducenter, i et forsøg på at definere og redefinere statens rolle i samfundet (s. 936). Netværksbaserede mod-offentligheder tager afsæt i Castells' udlægning af internettets rolle i den kollektive debat og beslutningstagen om borgere, der skaber samfundsnedbrydende netværk (Jackson & Welles, 2015, s. 934-935), hvor disse netværk bidrager til produktionen af en mod-magt, der udfordrer den magt, der er indlejret i samfundsinstitutioner med målet om at kræve repræsentationen for egne værdier og interesser (Castells, 2007, s. 239). Vi finder både Frasers (1990) arbejde med underordnede mod-offentligheder og Jackson og Welles (2015) definition af netværksbaserede mod-offentligheder relevant i vores undersøgelse af mediediskurser, idet vi har afsæt i en underordnet gruppe værende feminister, samt arbejder med sociale medier, hvorfor vi anvender begge perspektiver i sammenhæng med Warners (2002) offentlighedsbegreb.

Warner (2002) argumenterer, at en mod-offentlighed altid vil være bevidst om dens status som underlegen, idet den ikke blot måler sig ud fra en generel offentlighed, men ud fra den dominerende offentlighed (s. 86). Diskursen, der udgør offentligheden, er ikke blot et anderledes eller alternativt perspektiv, men en, der i andre kontekster vil blive betragtet med fjendtlighed eller som usømmelig, hvorfor mod-offentligheden altid vil være i konflikt med den dominerende offentlighed (Warner, 2002, s. 86). Mod-offentligheder ses som et alternativ til den dominerende offentlighed, hvor medlemmer af underordnede sociale grupper kan finde repræsentation (Fraser, 1990, s. 67; Wang & Quyang, 2023, s. 6). De mod-offentligheder, der producerer mod-diskurser, er således defineret gennem forskellen fra, og deres spænding med, den dominerende offentlighed (Warner, 2002, s. 88). Mod-diskurserne ses derudover som værende produceret på baggrund af formationen i en mod-offentlighed, og er udviklet som en modificering af Habermas' offentlighedsbegreb, der kan være ensartet og udelukker deltagere, der ikke er en del af den dominerende gruppe (Fraser, 1990, s. 66; Warner, 2002, s.

77; Wang & Quyang, 2023, s. 6). Jackson og Welles (2015) argumenterer, at mod-offentligheds chance for at udfordre den dominerende offentlighed, forbedres gennem anvendelsen af de sociale mediers arkitektur (s. 935). Begrebet mod-offentlighed er skabt med afsæt i et ønske om at kunne undersøge de unikke platforme og metoder, deltagere i den undertrykte og marginaliserede gruppe anvender i produktionen af ikke-dominerende former for viden (Jackson & Welles, 2015, s. 933). Mod-offentligheder kan her være med til at legitimere og opretholde marginaliserede fællesskaber, men vil både eksplicit og strategisk søge at udfordre den dominerende viden, der er en del af den dominerende offentlige sfære (Jackson & Welles, 2015, s. 934). Med fokus på feminister som et marginaliseret fællesskab argumenterer Sills et al. (2016) for, at feministiske rum på sociale medier tilvejebringer alternative offentlige sfærer, hvori feminister kan udvikle nye betingelser og analyser af deres sociale virkelighed, der arbejder for direkte at konkurrere og reducere omfanget af deres ulemper i de dominerende offentlige sfærer (s. 937).

Netværksbaserede offentligheder og mod-offentligheder kan være både “reactors”, “(re)makers” og “(re)distributors”, idet de indgår i en fælles kultur gennem diskurs og social udveksling (Trott, 2021, s. 1131). En offentlighed af underordnede udgør kun en mod-offentlighed, når dens deltagere er adresseret på en måde, der refererer til mod-offentligheden, hvor deltagerne påtager sig en udtryksform, der er baseret på den specifikke subkultur (Warner, 2002, s. 87). Med specialets afsæt i mediediskurser om feminisme vil en mod-offentlighed således kun opstå, hvis deltagerne i den er villige til at påtage sig en udtryksform, der er i konflikt med den dominerende diskurs i offentligheden. Ved at anvende det digitale værktøj hashtag, kan mod-offentligheden producere og udbrede mod-diskurser, der skaber bevidsthed, vilje og handlekraft til at sprede feministisk tænkning i en konkurrence med den dominerende kønsdiskurs, og herunder promovere aktivisme i et forsøg på at ændre status quo (Wang & Quyang, 2023, s. 2; Barker-Plummer & Barker-Plummer, 2018, s. 92). I forlængelse heraf argumenterer Jackson og Welles (2015) for, at aktivistiske grupper kan konstruere kommunikative mod-offentligheder ud fra forskellige grupper af mennesker, med målet om at skabe masseoprør og eventuelle skift i status quo (s. 934).

Ud fra præsentationen af teori og forskningslitteratur om mod-offentlighed ser vi, hvordan offentligheder må forventes at komme til udtryk i analysen af nyhedsmedier, og mod-offentligheder kan komme til udtryk i analysen af opslag på sociale medier, i form af diskurs.

Ovenstående afsnit danner således baggrund for, hvordan vi i specialet vil undersøge, hvorledes Instagram og Facebook er værktøjer for mod-offentligheder i forhold til vores analyser af udvalgte nedslag om Helle Thorning-Schmidt og den digitale bevægelse MeToo.

3.2.4. AFRUNDING TIL REPRÆSENTATION AF FEMINISME I MEDIEDISKURS

Ovenstående præsentation af forskningslitteratur og teori om konteksten for mediernes fremstilling af feminisme, brugen af sociale medier i sociale bevægelser og mod-offentligheder, giver en forståelse for, hvordan disse er sameksisterende og i specialet vil blive anvendt til at give indblik i, hvilke diskurser, der fremstilles i nyhedsmedier og hvilke diskurser, der er fremtrædende i udvalgt empiri fra sociale medier. Samtidig viser præsentationen et bredt tidsmæssigt perspektiv i vores redegørelse af forskningslitteratur om samspillet mellem medier og feminisme som social bevægelse. Dette ser vi dog ikke som en begrænsning, da vi netop undersøger fremstillingen af feminisme i medierne over tid.

Ovenstående samlede litteraturreview har til formål at rammesætte specialets fokus, samt danne grundlag for vores ønske om at undersøge mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe forandringer i samfundet, hvortil et eksempel på dette er feminisme. Ud fra litteraturreviewet placerer vi os i feltet mellem medier og feminisme i et dansk perspektiv, hvor vi finder, at der er mangelfuld information og forskning. I vores søgning har vi ikke fundet litteratur, der beskriver udviklingen af danske mediers fremstilling af feminisme fra 1970'erne til i dag, hvorfor specialet vil kunne afdække et til dels ubelyst område i forskningen om de danske mediers rolle i forhold til fremstillingen af en socialt underordnet gruppe såsom feminisme.

KAPITEL 4

METODE

4. METODE

I følgende afsnit vil specialets metodiske afsæt blive belyst, for derved at klarlægge, hvordan vi vil besvare vores undren om, hvilke mediediskurser der produceres om feminisme fra 1970'erne frem til i dag, og hvordan dette kan få indflydelse på forståelsen af feminisme gennem en diskursiv adressering af offentligheden. I specialet arbejdes ud fra en kvalitativ forskningsmetode, der ifølge Brinkmann & Tanggaard (2020) er kendetegnet ved en interesse i at undersøge, hvordan noget gøres, siges, opleves, fremtræder eller udvikles, for derved at kunne belyse og forstå menneskelige oplevelser, erfaringsprocesser og det sociale liv (s. 15-16). Vi ønsker således gennem en kvalitativ metode at undersøge, hvordan feminisme diskursivt fremtræder i nyhedsmedier samt på sociale medier. Specialets metodiske tilgang er karakteriseret som værende en abduktiv strategi, hvilket Clark et al. (2021) beskriver er en tilgang, der kombinerer den induktive og deduktive strategi. Denne strategi indebærer, at processen er et sammenspil mellem forforståelser, teori og empiri (s. 20). Vi startede altså vores undersøgelse med afsæt i en undren om, hvilken udvikling der kan spores i medierepræsentation om feminisme fra 1970'erne frem til i dag, hvortil vi har benyttet vores litteraturreview til at opnå en forståelse for de forskellige aspekter, der indgår i denne undren. På baggrund af denne viden opstillede vi relevante kriterier, der skulle sikre, at vi indhentede empiri, der på bedst vis kunne besvare specialets undren, om hvilke mediediskurser, der skabes om feminisme. Vi vil derfor diskursivt analysere vores udvalgte empiri i sammenhæng med den opnåede viden fra specialets litteraturreview, hvortil de indsigter og betragtninger empirien fremviser gøres forståelig gennem teori. Specialets forskningsdesign har afsæt i et casestudie, hvilket ifølge Clark et al. (2021) indebærer to niveauer af udvælgelse: udvælgelsen af case og udvælgelsen af empiri (s. 377), hvorfor vores udvælgelsesproces i følgende ligeledes vil blive præsenteret på disse to niveauer.

4.1. CASESTUDIET SOM FORSKNINGSDESIGN

Specialets case omhandler de danske mediers fremstilling af feminisme fra 1970'erne til i dag. Et casestudie beskrives af Yin (2018) som en empirisk undersøgelse, der udforsker et samtidigt fænomen inden for dets reelle nutidige kontekst (s. 15). Af Flyvbjerg (2020) beskrives casestudiet, som værende en måde at opnå viden om et overordnet fænomen gennem indsigt i en konkret case (s. 653). Heri ligger en forskel i forståelsen af fænomenet i et casestudie, idet

Yin (2018) betragter fænomenet som værende casen, mens Flyvbjerg (2020) forstår casen som et eksempel inden for fænomenet. Både Yin (2018) og Flyvbjerg (2020) understreger dog, at et casestudie tager afsæt i en eller flere konkrete cases til at undersøge virkelige og praktiske kontekster, der kan bidrage til at forstå fænomenet. I indeværende speciale forstås fænomenet ud fra Flyvbjergs (2020) definition, da vores undersøgte case giver indblik i, og er et eksempel på, et overordnet fænomen om mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe specifikke forandringer i samfundet. Hertil tager vi afsæt i en case om nyhedsmediers og sociale mediers fremstilling af feminisme, hvilket anses som et eksempel på fænomenet.

Vores undren tager afsæt i udviklingen i medierepræsentation om feminisme fra 1970'erne frem til i dag, hvorfor vi ønsker at undersøge udvalgte nedslag i denne tidsperiode for at forstå casen. Således er nedslagene eksempler på, hvordan casen ser ud i forskellige perioder. Specialets forskningsdesign defineres således som et *longitudinelt single-casestudie*, hvilket Yin (2018) beskriver som værende en måde at studere casen på, på forskellige tidspunkter (s. 51). Et longitudinelt single-casestudie fokuserer på at opnå dybdegående detaljer om et enkelt fænomen over en længere tidsmæssig periode. For at opnå dybdegående detaljer om mediernes fremstilling af feminisme, tages udgangspunkt i fire udvalgte nedslag, henholdsvis: Rødstrømpebevægelsen, Kvindekampen mister momentum, Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen (jf. afsnit 2). De fire nedslag kan bidrage til at vise en udvikling, diversitet og samfundstendenser i fremstillingen af feminisme, og dermed bidrage til en forståelse af fænomenet om mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe specifikke forandringer i samfundet.

Udvælgelsen af specialets case, det værende mediernes diskursive fremstilling af feminisme, kan karakteriseres som *informationsorienteret*, hvilket Flyvbjerg (2020) definerer som en udvælgelse af cases ud fra specifikke forventninger om deres informationsindhold (s. 636). Således er vores case udvalgt på baggrund af en forståelse for, at den vil give os et indblik i, hvordan medierne fremstiller et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe specifikke forandringer i samfundet. Derudover kan vores case yderligere have træk af at være en *kritisk case*, da det formodes, at casen i undersøgelsen har potentiale til at fremvise nogle paradigmer om specialets

overordnede fænomen. Ifølge Flyvbjerg (2020) omhandler den strategiske udvælgelse af kritiske cases, at hvis den indhentede information er gyldig for casen, så forventes den at være gyldig for alle eller en lang række cases inden for samme fænomen (s. 636-637). Hertil er mediediskurser om feminisme, som en kritisk case, et eksempel på noget, der kan gøre sig gældende om andre fællesskaber, bevægelser eller ideologier fremstillet i medierne. Således kan vores case i et omfang generaliseres, idet fremanalyserede diskurser og de underliggende logikker, der benyttes til produktionen af diskurserne, antages og sandsynligvis gøre sig gældende i andre lignende cases om det undersøgte fænomen. Det betyder, at casestudiet som forskningsdesign ikke entydigt udelukker muligheden for at kunne generalisere, idet undersøgelsens opnåede viden "[...] kan indgå i den kollektive vidensakkumulation på et givet felt eller i et samfund" (Flyvbjerg, 2020, s. 629). På trods af at specialets resultater ikke direkte har til formål at kunne generaliseres, har resultaterne altså potentiale til at bidrage med ny viden inden for feltet om mediediskurser.

Specialets fire nedslag er udvalgt ud fra et informationsorienteret perspektiv, da vi på baggrund af vores abduktive tilgang har tilegnet os viden om feminisme inden nedslagene blev udvalgt (jf. afsnit 2). Derudover er de fire nedslag yderligere udvalgt med afsæt i, at de omhandler fire forskellige problemstillinger inden for feminisme, hvilket således skal bidrage til en indsigt i feminismens diversitet og variation. De fire nedslag vil afdække Rødstrømpebevægelsen, der har afsæt i en politisk bevægelse; Kvindekampen mister momentum, der fremviser en periode, hvor historien beskriver kvindekampen som værende ovre; Den første kvindelige statsminister, hvor fokus er på én politisk person og MeToo-bevægelsen, der er en digital bevægelse med afsæt i sexisme. Vi har hertil fundet det essentielt at undersøge disse nedslag med et longitudinelt single-casestudie som forskningsdesign, idet casens kontekst og tidsmæssige perspektiv, gennem de fire nedslag, kan bidrage til et mere robust forskningsdesign, da resultatet ikke blot afhænger af ét nedslag.

4.2. UDVÆLGELSE AF EMPIRI

Til at indsamle empirien, der skal danne grundlag for specialets undersøgelse af, hvilke mediediskurser de danske nyhedsmedier samt sociale medier konstruerer om feminisme fra 1970 til og med 2022, vil vi i nedenstående præsentere vores metodiske overvejelser om empiriudvælgelsen. Vores fremgangsmåde i udvælgelsen af empirien skal bidrage til at skabe en

større gennemsigtighed i undersøgelsen, og dermed sikre en større ekstern reliabilitet i specialet, hvilket ifølge Clark et al. (2021) omhandler muligheden for at overføre undersøgelsen til andre miljøer via en grundig beskrivelse af fremgangsmåden (s. 364-366).

Vi har ved indsamlingen af empiri anvendt en formålsbestemt udvælgelse, hvilket Clark et al. (2021) beskriver som værende “[...] the deliberate selections of information-rich units or cases on the basis that they allow the researcher to learn as much as possible about the phenomena”, hvortil disse enheder kan være alt fra blandt andet mennesker, organisationer og dokumenter (s. 378). Selve formålet med at indsamle empiri via en formålsbestemt udvælgelse, er at indsamle empiri ud fra en strategisk tilgang frem for en tilfældig (Clark et al., 2021, s. 378). Det strategiske kommer til udtryk ved, at empirien indsamles med formålet at besvare problemformuleringen, hvorved en række udvalgte kriterier anvendes i udvælgelsen (Clark et al., 2021, s. 378). Til at udvælge empiri i de fire nedslagpunkter, har vi hermed opstillet kriterier, der skal sikre, at empirien er relevant i forhold til undersøgelsens fokus.

Da vi ønsker at undersøge fire nedslag med hvert deres omdrejningspunkt i forskellige tidsmæssige kontekster, vil omdrejningspunktet for nedslaget og tiden være et essentielt aspekt i vores empiriudvælgelse. Eftersom vi er interesserede i, hvilke mediediskurser der produceres om feminisme i nyhedsmedier, indsamler vi vores empiri på tværs af de danske nyhedsmedier. Dog afgrænser vi os til det skrevne ord og inddrager dermed ikke visuelle og auditive medier. Grundet denne afgrænsning, udvælges empirien på tværs af Danmarks landsdækkende aviser. Nedslagene Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen foregår i en tid, hvor sociale medier præger det danske medielandskab, hvorfor vi finder det relevant at inddrage sociale medier i disse nedslag. Dette da vi udleder, at sociale medier her kan have indflydelse på mediediskurserne om feminisme. Med afsæt i dette, vil vi i nedenstående præsentere, hvorledes artiklerne til de fire nedslag er udvalgt, samt udvælgelsen af sociale medie opslag til de to sidste nedslag.

4.2.1. UDVÆLGELSE AF ARTIKLER

De fire nedslag er valgt på baggrund af en historisk forståelse om feminisme (jf. afsnit 2), hvormed vi i tidsperioden fra 1970 til og med 2022 har ønsket at undersøge feminisme på forskellige tidspunkter og i forskellige kontekster. I udvælgelsen af artikler har vi således opstillet kriterier for henholdsvis ‘emne’, ‘tid’, ‘geografi’ og ‘længde’. Det første kriterium er emne,

hvilket skal sikre, at artiklerne omtaler feminisme og den begivenhed, nedslagene tager afsæt i. For at sikre dette benyttes søgeord, vi finder essentielle for det pågældende nedslag. For at indsnævre søgningen i det pågældende nedslag, har vi ligeledes et kriterium om tid, der skal sikre, at den indsamlede empiri er produceret i konteksten af det valgte nedslag. Derudover er kriteriet geografi valgt, da vi ønsker at undersøge de danske nyhedsmedier, hvorfor artiklerne er fra de ni landsdækkende aviser: Politiken, Information, Berlingske, Børsen, Jyllands-Posten, Weekendavisen, B.T., Ekstra Bladet og Kristeligt Dagblad samt nyhedsmediernes DR og TV2. Således har vi fravalgt at undersøge mere lokale aviser og dagblade, da vi i indeværende speciale er interesserede i hele den danske kontekst, hvorimod lokale aviser og dagblade ofte kan have et mere lokalt perspektiv på emner. Kriteriet længde er opstillet, da artikler kan variere i længden, hvorfor dette kriterium skal sikre, at de udvalgte artikler indeholder en vis tekstlig tyngde. Således er et kriterie for artiklerne, at de ikke er under 100 ord.

Artiklerne indsamles fra databaserne Infomedia, Mediestream og Politikens Mediearkiv. Infomedia vil blive benyttet til de tre nedslag, Kvindekampen mister momentum, Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen, da Infomedias arkiv kun har artikler fra 1975 og frem. Til første nedslag, Rødstrømpebevægelsen, vil vi derfor benytte Mediestream, da databasen har artikler af ældre dato, men mangler flere nutidige udgivelser fra de landsdækkende aviser, hvorfor Mediestream kun benyttes til dette nedslag. Mediestream har samtidig ikke artikler fra Politiken, Kristeligt Dagblad, Børsen og Ekstra Bladet, men vi har dog mulighed for at tilgå Politikens Mediearkiv, hvorfor vi kan indhente artikler til første nedslagspunkt herfra. Kristeligt Dagblad, Børsen og Ekstra Bladet vil altså ikke fremgå i empirien til første nedslag. Den manglende adgang til tre af de landsdækkende aviser, skaber en vis skævhed i datasættet, idet empirien dermed ikke inddrager aspekter og perspektiver fra alle landsdækkende aviser. Vi finder dog ikke denne skævhed yderligere problematisk, da de inddragede landsdækkende aviser stadig kan give et repræsentativt indblik i nyhedsmediernes diskursive fremstilling af feminisme. Dog er vi opmærksomme på, at den udgør en udfordring i forhold til undersøgelsens interne validitet, idet vores resultater kan være påvirket af skjulte faktorer, der kan bunde i de manglende aviser.

Specialets første og ældste nedslag omhandler Rødstrømpebevægelsen, hvor vi til en afgrænsning opstillede et kriterium om tid fra april 1970, hvor Rødstrømpebevægelsens første aktion finder sted på Strøget i København, til år 1973, hvor fri abort bliver vedtaget, der netop var en

af Rødstrømpebevægelsens mærkesager, og dermed en konkret sag de fik gennemført (jf. afsnit 2). Dette da vi særligt er interesserede i, hvordan medierne italesætter feminisme i denne tid. Til empiriindsamlingen af dette nedslag benyttede vi søgestrengen "Rødstrømpe* AND kvinde* AND ligestilling*", idet disse ord sikrede, at omdrejningspunktet, Rødstrømpebevægelsen, indgik i artiklerne. Samtidig var fokus også på de elementer, vi finder udgør feminisme i denne tidsperiode. Søgningen i tidsperioden fra april 1970 til slutningen af året 1973, på databasen Mediestream, i sammenhæng med Politikens Mediearkiv, resulterede i 121 artikler.

Specialets andet nedslag omhandler kvindekampens tab af momentum i 1990'erne, hvortil denne periode findes kompliceret at afgrænse, da nedslaget ikke har afsæt i en specifik bevægelse, person eller begivenhed. Vi afgrænsede dermed søgningen med søgestrengen "'feminis*' AND 'kvinde*' AND ('kvindebevægelse*' OR 'rødstrømpe*')", inden vi fastlagde en specifik tidsperiode i 1990'erne. I søgninger på forskellige tidsperioder indsnævrede vi perioden til at være fra start 1995 til slut 1999, idet vi her fandt et fyldestgørende antal artikler, der omhandlede det undersøgte. Søgeordene blev valgt ud fra en forståelse af, at nedslaget ikke omhandler en konkret person eller begivenhed, men derimod en periode, hvor feminisme ikke historisk var fremtrædende, hvorfor ordene er mere overordnede i forhold til feminisme. Søgningen blev foretaget på Infomedia, hvor vi med denne søgning opnåede 283 artikler.

Tredje nedslag om Danmarks første kvindelige statsminister omhandler den politiske person Helle Thorning-Schmidt, og tiden hvori hun bliver og er statsminister. Helle Thorning-Schmidt var Danmarks statsminister i perioden 2011 til 2015. I sammenhæng med dette, finder vi det yderligere interessant, hvordan hun blev omtalt i valgkampen inden hun blev valgt, hvorfor vores udvælgelse vil være i perioden fra den 26. august i 2011, hvor den daværende statsminister Lars Løkke Rasmussen udskrev valg, og frem til den 28. juni 2015, hvor Helle Thorning-Schmidt mistede sin position som statsminister til selvsamme Lars Løkke Rasmussen (Danmarkshistorien.dk, 2015). Ved en søgning på søgestrengen "'Helle Thorning-Schmidt' AND 'statsminister' AND 'Feminis*'" på Infomedia opnåede vi 104 artikler.

Specialets fjerde nedslag omhandler den digitale bevægelse MeToo, der særligt fik sin fremgang i Danmark efter Sofie Linde den 26. august 2020 holdt en tale om egne oplevelser i forbindelse med MeToo (KVINFO, 2021a). Udvælgelsens start vil således tage afsæt i denne dato og fortsætte frem til den 31. december 2022. Dette med et ønske om at undersøge MeToo i en så nutidig periode som muligt. Søgeordene til udvælgelsen af artikler er "'Metoo' AND

‘Feminis*’ AND ‘Kvinde*’ AND ‘ligestilling*’”, hvormed vi opnåede 201 artikler fra landsdækkende nyhedsmedier.

Efter ovenstående søgning foretog vi en sortering af artiklerne. Dette gjorde vi for at indsnævre vores empirigrundlag og samtidig sikre, at vi analyserede den empiri, der på bedst vis kan bidrage til en besvarelse af, hvilke mediediskurser, der produceres om feminisme i hvert nedslag. Rammerne for sorteringen bestod i at skimme alle artikler, for derved at kunne få en idé om artiklens indhold, uden en mere dybdegående analyse heraf. Efter denne sortering endte vi på henholdsvis 108 artikler til første nedslag (Bilag 2.1), 141 artikler til andet nedslag (Bilag 2.2), 64 til tredje nedslag (Bilag 2.3) og 127 artikler til fjerde nedslag (Bilag 2.4), hvilke danner grundlag for det endelige empirigrundlag i nyhedsmedierne.

4.2.1.1. BEHANDLING AF UDVALGTE ARTIKLER

Med afsæt i ovenstående udvælgelse af nyhedsmediernes artikler til hvert nedslagspunkt, ønsker vi med nedenstående at præsentere behandlingen og kodningen af artiklerne. Til at behandle vores udvalgte artikler tages inspiration fra Braun og Clarkes (2006) tilgang til tematisk analyse, der kan benyttes til at identificere, analysere og rapportere mønstre eller temaer i kvalitativ empiri. Tilgangen er fleksibel og kan tilpasses forskellige forskningsformål og kontekster, og den er velegnet til at håndtere store datamængder (Braun og Clarkes, 2006), hvorfor vi finder denne relevant i forbindelse med den udvalgte datamængde. Braun og Clarke (2006) opridser seks faser i udformningen af den tematiske analyse, der omhandler, hvorledes empirien kodes, sammenlignes og kategoriseres, hvilket skal forstås som en iterativ proces. I forbindelse med vores behandling af nyhedsmediernes artikler, tages inspiration i disse faser, hvorfor vi startede med at læse artiklerne og udlede indledende koder, der kan ses som meningsenheder, der repræsenterer et bestemt aspekt af en given artikel. I denne fase frasorterede vi yderligere artikler, der var uden indholdsmæssig relevans, såsom boganmeldelser. Herefter gennemgik vi koderne og sammenlignede dem på tværs, hvortil vi samlede de koder, der forekom relateret til det samme emne. Med afsæt i samlingerne af koder identificerede og navngav vi temaer, der beskriver indholdet og essensen af koderne, hvilke indgår i den samme samling. Fremgangsmåden medvirkede til at skabe overblik over vores empiri, hvortil de udledte temaer var med til at identificere emner og mønstre, der gik igen og på tværs af empirien. Kodningsskemaerne til de fire nedslag kan findes i bilag 3.

4.2.2. UDVÆLGELSE AF SOCIALE MEDIE OPSLAG

I specialets nedslagspunkter om Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen ønsker vi, i sammenhæng med artikler, at analysere, hvilke diskurser der produceres om feminisme på henholdsvis Facebook og Instagram. Dette da vi ser, at sociale medier kan have indflydelse på den sociale virkelighed og den offentlige holdning (jf. afsnit 3.1.2), hvorfor inddragelsen af opslag på sociale medier vil kunne bidrage til forståelsen af, hvilke diskurser, der er om feminisme i de to nedslagspunkter. I følgende afsnit vil de metodiske overvejelser i udvælgelsen af empiri fra de sociale medier Facebook og Instagram blive præsenteret.

Specialets tredje nedslagspunkt har afsæt i en problemstilling om en kvindelig politiker, hvorfor vi i dette nedslagspunkt finder det interessant at se på Helle Thorning-Schmidts egen Facebookprofil. Valget af Facebook bunder i, at dette er det eneste sociale medie, Helle Thorning-Schmidt benyttede i perioden mellem den 26. august 2011 og den 28. juni 2015. Derudover var Facebook det primære sociale medie hos den danske befolkning i denne periode (Kulturstyrelsen, 2015, s. 38), hvorfor vi finder inddragelsen relevant i vores undersøgelse. I alt har Helle Thorning-Schmidt 311 opslag på sin Facebook i den undersøgte periode, hvortil vi har kodet disse i følgende tre kategorier: 'politiske begivenheder', 'valg i 2015' og 'politiske mærkesager'. I kategorien politiske begivenheder findes 85 opslag, der dækker over Helle Thorning-Schmidts deltagelse eller italesættelse af begivenheder i Danmark eller internationalt med et politisk afsæt. Det kan eksempelvis være et virksomhedsbesøg hos Siemens eller deltagelse i arbejdernes internationale kampdag. Kategorien valg i 2015 indebærer 85 opslag, der specifikt omhandler forskellige valgkampe såsom folketingsvalget, kommunalvalget eller valg i andre lande. Hertil udgør opslagene både tv-debatter, uddeling af roser og erklæring af støtte til andre. Den tredje kategori, politiske mærkesager, udgøres af 82 opslag. Disse er opslag, hvori Helle Thorning-Schmidt udtrykker sin og sit partis politiske holdninger og handlinger i regeringen. Ud fra ovenstående overblik, har vi udvalgt et opslag i hver kategori, der fremstår dækkende for kategorien. Således vil vi i analysen af opslag på Facebook, i tredje nedslagspunkt, tage udgangspunkt i tre opslag, der skal repræsentere og afspejle de tre kategorier. I analysen af de tre opslag vil vi både undersøge opslagens indhold samt udvalgte kommentarer fra kommentarsporet til opslaget. I udvælgelsen af kommentarer opstilles kriterier om 'interaktion' og 'holdning', hvortil interaktioner skal afspejle indbyrdes interaktion

mellem brugere på det sociale medie, og holdning dækker over kommentarer med holdningsbaserede synspunkter. De udvalgte kommentarer kan findes i bilag 4.

Specialets fjerde nedslagspunkt er MeToo-bevægelsen, der omhandler sexisme på arbejdspladsen, og har afsæt i en digital bevægelse, hvorfor vi ligeledes finder det relevant at analysere opslag på sociale medier, der kan sættes i sammenhæng med MeToo-bevægelsen. Vi har udvalgt opslag på Instagram, idet vi argumenterer for, at det er på dette sociale medie, at MeToo-bevægelsen i høj grad er blevet omtalt i Danmark. I Amerika opstod bevægelsen med hashtagget #MeToo på Twitter, hvortil der på dette medie i høj grad benyttes hashtags (Infomedia, 2018). I Danmark er det kun 20% af den danske befolkning, der benytter Twitter, hvorimod 50% benytter Instagram (Kulturministeriet, 2021, s. 30), hvorfor vores udvælgelse og analyse tager udgangspunkt i det sociale medie Instagram, hvor der ligeledes anvendes hashtags.

Instagramopslagene er udvalgt på baggrund af artiklen "De ændrede Danmark" (Bilag 2.4, Artikel 51), der er fundet gennem vores kodning af artikler i samme nedslag. Artiklen fremsætter 14 kvinder, der, ifølge Jyllands-Posten, gik forrest i MeToo-bevægelsen (Bilag 2.4, Artikel 51). To af disse kvinder, er ikke mulige at finde på Instagram, mens tre af kvinderne har private profiler, og opslag fra dem er derfor ikke mulige at tilgå. Derudover har yderligere tre af kvinderne ingen relevante opslag på deres Instagramprofiler i perioden, hvorfor disse heller ikke inddrages i vores empirigrundlag. De resterende seks kvinder: Sofie Linde, Maria Gudme, Leonora Christina Skov, Mette Schak Dahlmann, Maja Holt Højgaard og Kamilla Seidler har alle en tilgængelig Instagramprofil med opslag, der omhandler MeToo, hvoraf vi har afgrænset os til at analysere opslag fra henholdsvis Sofie Linde, Leonora Christina Skov og Mette Schak Dahlmanns profiler. Vi har udvalgt et opslag fra hver af de tre kvinder, hvilket vi finder dækkende for hver af kvindernes italesættelse af MeToo-bevægelsen på deres personlige profiler. I analysen vil vi inddrage opslagenes indhold samt tilhørende kommentarer i en undersøgelse af, hvordan der tales ind i fortællingen om MeToo og hvilke diskurser om feminismen, der er fremtrædende i opslagene. I de udvalgte opslags kommentarspor er der stor diversitet i antallet af kommentarer, hvorfor vi har udvalgt kommentarer med forskelligt afsæt. Kommentarsporet til Sofie Lindes opslag består af 2.851 kommentarer, hvortil der er skabt overblik over kommentarer gennem en gennemlæsning. Herudfra udledte vi kategorierne 'støttende og taknemmelige ytringer og emojis', 'personlige oplevelser og erfaringer' samt

‘kritiske ytringer’ (Bilag 5). Leonora Christina Skovs opslag har 147 kommentarer, der udgøres af tre kategorier ‘støttende emojis og ytringer’, ‘personlige fortællinger’ og ‘besvarelse af spørgsmål’, hvortil kategorien besvarelse af spørgsmål består i forskellige svar på et spørgsmål, der indgår i hendes opslag (Bilag 5). Mette Schak Dahlmanns opslag har 10 kommentarer, der alle kan kategoriseres i kategorien ‘støttende og opbyggende’ (Bilag 5). I analysen vil vi belyse kommentarsporenes kategorier ud fra udvalgte kommentarer.

Ovenstående metodiske afsæt vil danne grundlag for specialets analyse, hvor analysen af artikler særligt vil tage afsæt i de kodede temaer, og analysen af opslag på sociale medier, i de to sidste nedslagspunkter, vil have afsæt i de udvalgte opslag samt kommentarer. Specialets metodiske afsæt har således til formål at danne grundlag for en analyse af mediers produktion af diskurser om feminisme, for derved at opnå indblik i fænomenet om mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, der har et fælles mål om at skabe specifikke forandringer i samfundet.

KAPITEL 5

ANALYSEMETODE

5. ANALYSEMETODE

Det følgende afsnit har til formål at præsentere specialets analysemetode, hvilket har afsæt i en diskursiv tilgang. Vi vil anvende og forstå diskurs ud fra Halls (2013) udlægning af Foucaults diskursteori, til at identificere de diskurser, der konstrueres om feminisme fra 1970'erne til i dag. Hertil vil vi supplere med Roses (2016) tilgang til visuel diskurs, idet vi på baggrund af vores litteraturreview finder de sociale medier relevante som analyseelement, hvorfor vi må tage højde for de multimodaliteter empirien indebærer. Herudover vil vi inddrage Barthes (1995; 1996) teorier om myter og billedretorik, til en forståelse for, hvad de fremanalyserede diskurser består af, hvortil vi vil supplere med den præsenterede teori fra specialets litteraturreview. Analysemetoden danner således rammerne for vores analyse af de danske nyhedsmediers diskursive fremstilling af feminisme samt opslag fra de sociale medier.

5.1. HALLS FOUCAULDIANSKE DISKURSTEORI

Foucaults diskursteori anses for at have opsat nogle fundamentale principper for den diskursive tilgang, størstedelen af diskursanalytiske retninger på den ene eller anden måde forholder sig til (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 21). Disse fundamentale principper baserer sig på forståelsen af, at diskurs er et system af repræsentation, hvortil der hos Foucault ikke blot er et fokus på passager af ytringer, men derimod på reglerne og praksisserne, der regulerer diskurs i forskellige historiske perioder. Således forstås diskurs ud fra Foucault som værende grupper af ytringer, der bidrager til en måde at repræsentere viden og sandhed om et emne (Hall, 2013, s. 29). Foucault kritiseres dog for at være abstrakt og uspecifik i sin analytiske tilgang til diskurs (Horsbøl & Raudaskoski, 2016; Jørgensen & Phillips, 1999), hvorfor specialets analysemetode er med udgangspunkt i Halls (2013) forståelse af Foucaults diskursteori. Hertil ser vi, at Halls (2013) udlægning bidrager med en mere konkret ramme til at kunne forstå, hvordan Foucaults diskursteori kan benyttes i praksis. Ydermere ser vi, at Hall (1985; 1992; 2013) har afsæt i et fokus på minoritetsgrupper i sammenhæng med produktionen og cirkulationen af diskurser, og hvordan diskurser herom forhandles, hvormed han eksempelvis forstår, at minoritetsgrupper kan udfordre dominerende diskurser og dermed potentielt opnå social forandring. Vi finder det relevant at benytte Halls (1992; 2013) udlægning af Foucaults diskursanalytiske tilgang til at analysere mønstre i de danske mediers italesættelse af

feminisme, for at opnå en forståelse for, hvordan feminisme konstrueres i det danske samfund, samt hvordan denne konstruktion udvikles over tid.

Ifølge Hall (2013) forstår Foucault diskurser som systemer af sprog, tanker og praksisser, der formidler og reproducerer bestemte måder at tænke, føle og handle på i samfundet. Diskurser er viden, der er med til at forme, hvordan verden skal forstås, og hvordan der ageres i den. Dette medvirker til, at udsagn inden for et givent emne påvirkes af diskursen, idet diskursen konstruerer emnet på en specifik måde og repræsenterer en viden om emnet (Hall, 1992, s. 291). Samtidig begrænser diskursen andre måder, hvorpå emnet kan blive konstrueret, idet diskursen inden for den givne kontekst fastlægger en sandhed om emnet (Hall, 1992, s. 291). Hertil er det væsentlig at have for øje, at diskurs ikke er en fast størrelse, men derimod foranderlig, idet diskurs ændrer sig i forskellige kulturelle, sociale og historiske kontekster (Hall, 2013, s. 31).

En diskurs består ikke kun af én ytring, én tekst eller én handling, men af en række forskellige ytringer, tekster og handlinger i samfundet, der refererer til samme genstand, deler samme stil og/eller tilslutter sig samme strategi, hvormed der skabes en bestemt måde at tale om verden på (Hall, 2013, s. 29). Mønstrene og relationen mellem disse ytringer, tekster og handlinger, diskursen består af, er hvad Foucault beskriver som en *diskursiv formation* (Hall, 2013, s. 29). Den diskursive formation forstås således som den måde, hvorpå forskellige tekster, ytringer og handlinger er forbundne og meningsgivende inden for en specifik diskurs. Hall (1992) beskriver, at udsagn inden for en diskursiv formation ikke nødvendigvis skal være de samme, men at forskellene mellem dem skal være systematiske og have en meningsfuld spredning (s. 292). Dette vil altså sige, at såfremt man kan beskrive denne forskellighed mellem tekster som havende en sammenhæng og en relation, vil disse forskellige tekster indgå i samme diskursive formation (Hall, 1992, s. 292). Vi vil i specialet anvende forståelsen af den diskursive formation til at undersøge de mønstre, empirien kan indeholde, for derved at opnå en viden om, hvad de fremanalyserede diskurser består af.

Foucault var optaget af produktionen af viden og mening, ikke gennem sprog, men gennem diskurser (Hall, 2013, s. 35). Hertil beskrives det, at alle sociale praksisser har et diskursivt aspekt, idet sociale praksisser involverer mening, og mening skabes ud fra diskurser. Det vil altså sige, at diskurs er en del af og influerer alle sociale praksisser. I denne sammenhæng er diskurs ikke kun et lingvistisk begreb, men derimod en kombination af, hvad der siges,

gøres og vises (Hall, 2013, s. 29). I specialet forstås feminisme som en social praksis, hvortil diskursanalysen vil kunne belyse den viden, der konstrueres om feminisme i medierne på forskellige historiske tidspunkter. Hertil behandler vi diskursteori som en måde, hvorpå vi kan se mønstre udledt gennem sprog, hvortil mediernes konstruktioner af feminisme gennem blandt andet sproglige repræsentationer bliver meningsdannende for forståelsen af feminisme. Således ser vi, at vi i arbejdet med sprog kan opnå en viden om, hvilke diskurser der skabes, hvormed vi vil analysere på ordniveau med formålet at udlede større mønstre.

Til en uddybning af den foucauldianske diskursforståelse, beskriver Hall (1992) vigtigheden af subjektets rolle i forhold til diskursen. Hertil pointerer han, at diskurser kan blive produceret af mange individer i forskellige institutionelle arenaer, såsom familie, sygehuse eller fængsler. Det vil altså sige, at en diskurs ikke afhænger af, hvorvidt den opstår fra et enkelt individ (Hall, 1992, s. 292). I denne sammenhæng forstås, at det ikke er subjektet, der skaber viden, men derimod diskursen. Dette betyder, at subjektet kan skabe tekster, men at de i denne skabelse opererer inden for den diskursive formation, og hvad diskursen forstår som værende viden i en specifik kulturel og tidsmæssig kontekst. Altså bliver subjektet en form for producent af den viden, diskursen fremlægger (Hall, 2013, s. 39). Selve subjektet formes inden for diskursen, hvilket betyder, at diskursen skaber karakterer, der er personificeret og kendetegnet af den viden, diskursen producerer, hvortil dette eksempelvis er den hysteriske kvinde eller den homoseksuelle mand. I forlængelse heraf konstruerer diskurser på samme tid også et såkaldt "place for the subject", hvorudfra læseren kan placere sig således, at en specifik viden på bedst mulig vis giver mening for læseren. Altså konstruerer alle diskurser *subjektpositioner*, hvorudfra diskursen giver mening, hvorfor individer må indtage disse positioner ved brugen af diskursen (Hall, 2013, s. 40). I diskursen vil subjektet således først kunne skabe mening, når de identificerer sig med deres position inden for diskursen, hvorfra viden og mening bliver mest meningsfuld for dem (Hall, 2013, s. 40). Foucaults forståelse af subjektet har altså to sider, idet subjektet både kan ses som medproducent af tekster, der skaber diskursen, men også som et subjekt, der indtager en bestemt position, diskursen har skabt.

I forlængelse af denne pointe beskrives det, at diskurser ikke er lukkede systemer, men at diskurser derimod tager elementer fra andre diskurser. Således kan en diskurs trække fra tidligere eller andre diskurser og rekonstruere deres mening, hvorved spor af andre diskurser kan være at finde i en diskurs (Hall, 1992, s. 292). I sammenhæng med denne forståelse finder

vi begrebet *interdiskursivitet* fordelagtig, da det kan benyttes i analysen til at opnå indsigt i, hvilke andre diskurser en fremanalyseret diskurs trækker på. Interdiskursivitet beskriver måden, hvorpå diskurser refererer til andre etablerede diskurser, hvortil begrebet er i tæt forbindelse med begrebet *intertekstualitet* (Fairclough, 2013, s. 96). Intertekstualitet handler om, hvordan meningen i en given diskursiv tekst ikke udelukkende afhænger af selve teksten, men derimod også af den betydning, andre forudgående tekster har haft. På den måde kan intertekstualitet transformere fortiden og eksisterende konventioner ind i nutiden, hvormed disse får en anden betydning (Fairclough, 2013, s. 96). Vi vil i specialet benytte interdiskursivitet og intertekstualitet til en forståelse af, hvad der konstruerer de fremanalyserede diskurser. I ovenstående udlægning forstås, at diskurser fastlægger en sandhed om et givent emne, hvori der indgår et komplekst samspil mellem viden, magt og sandhed, hvilket vi ønsker at udpensle og specificere i nedenstående.

5.1.1. VIDEN, MAGT & SANDHED

Foucaults tilgang til diskurs er optaget af forbindelsen mellem magt og viden, hertil hvordan viden og magt er uløseligt forbundne og gensidigt afhængige, og hvordan dette medfører, om noget er sandt. Ifølge Hall (2013) er Foucaults fremstilling af magt, at magt ikke er envejs og pålagt fra toppen af samfundet og ned, men cirkulerer overalt (s. 34). Magt er altså ikke blot noget, der udøves af enkeltpersoner eller institutioner, men snarere noget, der gennemsyrrer hele samfundet og strukturerer vores tænkning og adfærd på mange forskellige niveauer (Hall, 2013, s. 34). Dette betyder ligeledes, at magtforholdene er dynamiske og skifter afhængig af de relationer og praksisser, der er på spil (Hall, 2013, 35). Diskurserne er karakteriseret som magtfulde, idet de bidrager til at forme subjektets måde at tænke, føle og handle på – altså har diskurserne magt til at konstruere vores viden om samfundet. Viden er en form for magt, men samtidig er magt impliceret i spørgsmålet om, hvorvidt og under hvilke omstændigheder viden anvendes (Hall, 2013, s. 33). Hertil ser vi, hvordan viden gennem mediediskurser om feminisme, bliver en form for magt, da det er gennem medierne, at en forståelse for feminisme formes. På den måde ser vi, at medier spiller en central rolle i at definere, kontekstualisere og repræsentere feminisme. Magt er samtidig impliceret i undersøgelsen af, hvordan og under hvilke omstændigheder viden om og opfattelser af feminisme kommer til udtryk i nyhedsmedierne og på sociale medier.

Viden og magt udøves på mange forskellige niveauer i samfundet og i forskellige sammenhænge, herunder eksempelvis gennem institutioner såsom uddannelse, medier og politik. Institutioner og deres praksisser spiller en central rolle i at forme vores tænkning og adfærd gennem etableringen af normer og regler, samt kontrol i forhold til adgang til viden. Dermed bidrager institutioner til at opretholde bestemte magtrelationer i samfundet (Hall, 2013, s. 34). Magt og viden er ikke statisk, men snarere dynamisk og i konstant bevægelse (Hall, 2013, s. 34), hvilket betyder, at magtrelationer altid kan udfordres og omdannes, og at der altid er potentiale for forandring og modstand. Derudover betragter Foucault ikke viden og sandhed som noget, der blot beskriver og repræsenterer verden objektivt og universelt, men som noget, der er produceret og konstrueret af diskurserne i samfundet (Hall, 2013). Foucault understreger nemlig, at der ikke findes en sandhed uden for diskursen, idet diskurserne fremviser den viden, der forstås som værende sand i samfundet, hvilket betegnes som et *regime of truth*. Et regime of truth kan således forstås som den samlede opfattelse af, hvad der anses for at være sandt om et bestemt emne inden for en given diskurs (Hall, 2013, s. 34). Dette vil altså sige, at det er diskursens diskursive formation, der bidrager til et regime of truth. Et regime of truth kan ændre sig over tid, da forståelse og viden om verden udvikler sig, og nye diskurser og perspektiver kan påvirke opfattelsen af sandheden om et emne. Heri forstår vi, at et regime of truth kan bevare og opretholde et magtforhold, hvor potentialet for forandring og modstand kan opstå gennem interaktion mellem forskellige diskursers regime of truth. I mødet og udfordringen mellem forskellige diskursers regime of truth, kan der opstå konflikt, hvilket kan åbne for nye perspektiver, samt skabe rum for forandring og modstand.

Ifølge Halls (2013) udlægning af Foucaults diskursteori fremgår det, at subjektet er et resultat af magt og viden, der skaber bestemte måder at tænke, handle og føle på (s. 39). Subjektet er dermed ikke en fast og konstant størrelse, men snarere en dynamisk og flydende konstruktion, der konstant formes og forandres af magt og viden (Hall, 2013, s. 39). Dette betyder også, at subjektet kan udfordres og ændres gennem forskellige former for praksis og modstand, og dermed ligeledes er tæt forbundne med og gensidigt konstituerende af viden og magt. Viden og magt er altså centrale i skabelsen af subjekter, mens subjektet er resultatet af magt og viden og dermed kan ændres og udfordres gennem forskellige praksisser og modstand (Hall, 2013, s. 40).

Vi vil i specialet anvende Foucaults begreber om viden og magt til at undersøge, hvordan medierne ikke blot skildrer feminisme, men også aktivt producerer og formidler

diskurser om feminisme. Dette da diskurserne herom kan have magtfulde og produktive virkninger i forhold til, hvordan mennesker forstår og handler i forhold til feminisme, og dermed påvirke den sociale betydning af feminisme. Det kan ligeledes give indsigt i, hvem der får magt og privilegier i disse diskurser, og hvem der bliver udelukket eller marginaliseret.

Til en nærmere forståelse af diskurser i nyhedsmedier og på sociale medier vil vi benytte begreberne *denotation* og *konnotation*, idet disse i en analyse kan anvendes til at udlede, hvad ytringer består af både i forhold til hvad der konkret ytres, og hvad der latent ligger i disse ytringer. Barthes (1995) benytter begreberne denotation og konnotation til en analyse af meddelelser på flere niveauer. I denne sammenhæng skal en meddelelses denotative niveau forstås som det eksplicite i en meddelelse uden nogen underliggende betydning. Hertil er meddelelsens konnotative niveau, den udvidede betydning, der baserer sig på modtagerens etablerede forståelsesramme, hvilket for eksempel kan være påvirket af kulturelle forhold og forstås ud fra personlige associationer (Barthes, 1995, s. 47). I tæt sammenhæng med meddelelsens konnotative niveau er mytebegrebet, der ifølge Barthes (1996) kan forstås som en særlig form for ytring, der er kulturelt bestemt og som udtrykker specifikke samfundsmæssige værdier (s. 229). På denne måde ser Barthes (1996), at myter kan bidrage til bestemte regler for adfærd og tænkning, og således opretholde samfundsmæssige værdier. Barthes (1996) forstår myter som historisk konstruerede, hvortil mytens mening og budskab skal findes og fortolkes ud fra den måde, hvorpå myten fremstilles (s. 229). Forskellen mellem en meddelelses konnotative niveau og Barthes mytebegreb kan være svær at definere (Heck, 2005, s. 114). Dertil forstås dog, at myter er konnotationer, der er blevet dominerende i en større samfundsmæssig kontekst (Heck, 2005, s. 114). Således kan konnotationer begrænses til mindre grupper i samfundet, der forstår en latent betydning af meddelelsen, hvorimod myter er konnotationer, der forstås af en større gruppe og er blevet en hegemonisk del af samfundet (Heck, 2005, s. 114). Vi vurderer hertil, at vi gennem brugen af disse begreber omhandlende meddelelsers flere niveauer, kan opnå en indsigt i de medbetydninger, der er i ytringer, for således at kunne opnå en forståelse for, hvad diskurserne består af.

I specialets analyse vil vi med afsæt i Halls (2013) diskursforståelse i sammenhæng med teorien præsenteret i litteraturreviewet (jf. afsnit 3), identificere de diskurser, nyhedsmedierne og brugere på sociale medier producerer, i de fire nedslagspunkter. Hertil er pointen om historiens vigtighed inden for diskurs særlig relevant, da vi er interesserede i nedslagspunkter

med forskellige tidsmæssige kontekster. I den foucauldianske diskurs forstås, at noget kun kan være sandt inden for en specifik historisk kontekst, og at samme fænomen ikke kan findes i forskellige historiske perioder, men at det netop er diskursen i den historiske kontekst, der gør diskursen sand (Hall, 2013, s. 31). Således må vi i analysen være opmærksomme på den historiske periode, hvori nyhedsmedierne og opslagene på sociale medier indgår, idet denne kan have indflydelse på diskurserne om feminisme i de forskellige nedslagspunkter. Vi vil til en forståelse af, hvilke diskurser nyhedsmedierne og sociale medier taler ind i benytte begreberne interdiskursivitet, intertekstualitet, konnotation samt mytebegrebet, idet vi ser, at disse begreber alle kan bidrage til en forståelse for, hvad teksterne består af og således også, hvordan de taler ind i bestemte diskurser. Ligeledes vil vi analysere, hvordan nyhedsmedierne og opslagene på de sociale medier, kan være med til at påvirke en diskurs' regime of truth.

5.2. DISKURSANALYSE PÅ SOCIALE MEDIER

I to af specialets udvalgte nedslagspunkter udgør empirien i sammenhæng med artikler fra nyhedsmedier, også opslag fra de to sociale medier Facebook og Instagram. Med disse sociale medieplatforme kan brugere i en kombination af billede/video og tekst dele et personligt eller politisk budskab. Til analysen af produktionen af diskurser på sociale medier, finder vi det relevant at inddrage Roses (2016) udlægning af visuel diskurs i sammenhæng med Barthes' (1995) billedretorik, for derved at kunne opnå en forståelse for sociale medielogikkens effekt på skabelsen af diskurs. I analysen af opslag på de sociale medier vil vi således have afsæt i ovenstående udlægning af Halls (2013) forståelse af diskurs, men supplerer med forståelsen for visuel diskurs.

Roses (2016) forståelse af diskurs tager ligesom Hall afsæt i den foucauldianske diskursteori, hvortil Rose (2016) ser, at visuelle diskurser er med til at konstruere, hvordan verden skal forstås (s. 187). Diskurser er således med til at skabe meningen om visualiteterne, idet "Discourses are articulated through all sorts of visual and verbal images and texts, specialised or not, and also through the practices that those languages permit" (Rose, 2016, s. 187). Dette vil altså sige, at visualitet ikke kun er passive repræsentationer af verden, men også aktive konstruktioner af viden og mening, der påvirker vores måde at tænke, føle og handle på i samfundet. I en visuel diskursanalyse er fokus ifølge Rose (2016) de verbale tekster og visuelle billeder (s. 192).

Formålet med visuel diskursanalyse er at opnå en forståelse for visualiteter og deres konstruktion af et regime of truth, for derved at kunne se på de påvirkninger, visualiteternes diskurs kan have på samfundet (Rose, 2016, s. 190). Da vi i specialet ønsker at analysere sociale medier, for at få en forståelse for, hvordan de kan være med til at skabe diskurser om feminism, vil Barthes' (1995) begreber *forankring* og *afløsning* samt hans tidligere nævnte begreber denotation og konnotation, blive anvendt. Dette for at skabe en forståelse for samspillet mellem, og betydningen af, visualiteterne og den tilhørende tekst. Forankring og afløsning er funktioner, der beskriver tekstens forhold til billedet. Forankring henviser til, hvordan teksten er med til at give mening til billedet ved at identificere og understøtte, hvad der er på billedet (Barthes, 1995, s. 50). Afløsning beskriver, når teksten og billedet samarbejder om at skabe en mere kompleks meddelelse, såsom en historie, der kun kan realiseres gennem kombinationen af de to elementer (Barthes, 1995, s. 50). Begreberne forankring og afløsning vurderes relevante i vores analyse af empirien, der involverer flere multimodale elementer, idet samspillet mellem det visuelle og den dertilhørende tekst, kan bidrage til en forståelse af, hvilke diskurser, der opstår heri. Begreberne denotation og konnotation omhandler, som tidligere nævnt, meddelelsers grundbetydning og medbetydning, hvortil det sættes i forbindelse med tekstens indhold. Begreberne kan dog ligeledes anvendes til at analysere det visuelle på flere niveauer. Det denotative niveau er det visuelle grundbetydning, der henviser til den direkte og objektive betydning (Barthes, 1995, s. 47). Derimod er det konnotative niveau den medbetydning, det visuelle bliver tillagt, grundet modtagerens kulturelle, sociale og personlige referencerammer (Barthes, 1995, s. 47). I analysen af både artikler og opslag fra sociale medier inddrages begrebet denotation ikke, da vi ikke vil kunne fralægge os vores kulturelle kontekstuelle forståelser, og på den måde se på en meddelelses denotative niveau. Således er begrebet blot inddraget til en forståelse for de flere niveauer af meddelelser og en forståelse for konnotation, som vi vil benytte aktivt i analysen. Vi ønsker at anvende begrebet konnotation i sammenhæng med de tidligere nævnte begreber interdiskursivitet og intertekstualitet til at afdekke det, der ikke fremstår manifest i opslag eller ytringer, idet vi forstår, at et indholds konnotation omhandler de underforståede betydninger, der er knyttet til en bestemt visualitet eller ytring. Dette da vi ser, at det "usynlige" kan bidrage til en dybere forståelse af symbolik, betydning og kontekst, hvilket er essentielt at opnå forståelse for i analysen af diskurs.

Vi vil i analysen benytte Roses (2016) diskursive tilgang i sammenhæng med Halls (2013) udlægning af Foucaults diskursteori og Barthes (1995) billedretorik til analysen af opslag på sociale medier. På den måde vil vi se på både tekst og billeder i sammenhæng, idet de tilsammen kan bidrage til produktionen af diskurs.

5.6. ANALYSEMETODISKE REFLEKSIONER

Analysen af artikler og opslag på de sociale medier vil tage afsæt i ovenstående udlægning af diskurs. Vi forstår i denne sammenhæng diskursanalysen som et analytisk værktøj, hvormed vi gennem en analytisk stringens og transparens søger at opnå evidensbaserede resultater. For at sikre analytisk stringens beskriver Horsbøl og Raudaskoski (2016), at man må være opmærksom på diskursanalysens metodologiske dobbelthed (s. 15). Denne metodologiske dobbelthed består i, at analysen nødvendigvis vil være afhængig af analytikernes egne forståelser, men at analysen ikke skal afspejle analytikerens egen forudindtagethed (Horsbøl & Raudaskoski, 2016, s. 15). For på bedst vis at opnå en metodologisk transparens i sin diskursanalyse, må man derfor reflektere løbende i processen. I specialets analyse vil vi have afsæt i det Rose (2016) kalder for en fortolkningsproces, samt Halls (2013) specificering af, hvad en diskursanalyse må tage højde for. Rose (2016) beskriver, at diskursanalyse ikke afhænger af strenge procedurer, men derimod af en fortolkningsproces, der starter i et forsøg på at glemme sine forforståelser om den empiri, man arbejder med, for derved at kunne se på empirien med nye øjne (s. 205). Med dette udgangspunkt har vi læst vores empiri, for derved at kunne udlede temaer, ud fra ytringer, ord eller billeder, der optræder flere gange. Hertil må man være bevidst om, at diskurser kan være komplekse og indeholde modsætninger, hvormed Rose (2016) beskriver, at diskursers diskursive formation skal bestå af strukturer, men at disse strukturer ikke nødvendigvis vil være kohærente (s. 206). Vi vil i analysen af vores empiri have denne kompleksitet for øje, ved ikke kun at inddrage tekster og visualiteter, der ligner hinanden, men derimod også se på forskelligheden og relationerne mellem teksterne og visualiteterne, da disse alle kan bidrage til den diskursive formation. I forlængelse heraf beskriver Rose (2016), hvorledes man i analyseprocessen må være opmærksom på vigtigheden i det, der ikke beskrives manifest i empirien (s. 212). Det vil altså sige, at man i analysen af ytringer og visualitet skal se på den bagvedliggende mening, der ligger latent. Hertil vil vi benytte begreberne interdiskursivitet, intertekstualitet, konnotation og myter, da disse kan bidrage til

en forståelse for empiriens kontekstuelle forbindelser, samt til at kunne fremanalysere det, der ikke fremstår eksplicit i ytringer eller visualitet.

Til en yderligere forståelse for diskursanalysens kompleksitet, og en større analytisk stringens, inddrages Halls (2013) beskrivelse af seks vigtige elementer i analysen af diskurs. Disse er: 1) ytringer om det givne emne, 2) regler der bestemmer, hvordan man taler om emnet, 3) subjekter, der personificerer emnet, 4) hvordan viden om emnet bestemmer, hvad der er sandt inden for den historiske kontekst, 5) institutioners praksis i forhold til behandling af subjekter inden for diskursen og 6) viden om, at andre diskurser om emnet vil opstå på andre historiske tidspunkter (s. 30-31). Hertil vil vi i analysen af vores empiri udvælge ytringer, hvis omdrejningspunkt på forskellige måder er feminisme, hvortil vi vil benytte nyhedsmedieløgik og sociale medieløgik til en forståelse af reglerne for, hvordan man taler om feminisme i medierne. I sammenhæng hertil vil vi se på, hvilke narrativer der skaber storytelling, for derved at udlede den diskursive formation, diskurserne består af. Vi vil ligeledes i analysen af vores empiri have en forståelse for diskursens magt til at påvirke, hvad offentligheden kan forstå som værende sandheden om feminisme og at denne magt er historisk bestemt, hvorfor der i de fire nedslagspunkter formodentligt vil være forskellige diskurser at udlede. I vores analyse af mediediskurser om feminisme er feministen, som subjekt, interessant, idet feministen personificeres i diskursen, hvortil vi med analysen kan opnå et indblik i, hvordan medierne som institution behandler feministen, og hvordan personificeringen af subjektet ændrer sig gennem tiden. I forlængelse heraf ser vi, at det ikke kun er feministen, der personificeres i diskurserne, men at subjektiveringen også kan ses som en proces, der konstruerer individers forståelse af sig selv. Således kan subjektiveringen betragtes som en proces, alle kan siges at underlægges. Vi vil i analysen benytte ovenstående metodiske refleksioner i sammenhæng med den diskursanalytiske tilgang, for derved bedst muligt at finde svar på, hvilke mediediskurser, der er om feminisme i de fire nedslagspunkter.

ET SOCIAL- KONSTRUKTIVISTISK AFSÆT

KAPITEL 6

6. DEN SOCIALKONSTRUKTIVISTISKE INDFLYDELSE PÅ MEDIEDISKURSER OM FEMINISME

Følgende afsnit har til formål at præsentere refleksioner over specialets videnskabsteoretiske baggrund, hvor vi arbejder ud fra et socialkonstruktivistisk afsæt. Socialkonstruktivismens tilgang til videnskab er funderet i en antagelse om, at det ikke er muligt at finde én konkret sandhed, men at sandhed konstrueres eller skabes. Ydermere ses i socialkonstruktivismen, at det, der opfattes som sandhed, afhænger af det perspektiv, en problemstilling betragtes ud fra, hvorfor sandhed i et socialkonstruktivistisk øjemed er perspektivistisk (Pedersen, 2012, s. 188). I arbejdet med socialkonstruktivisme er erkendelse et vilkår, hvor erkendelsen er forankret i tid og rum, og ikke kan frigøres derfra. Socialkonstruktivismen søger således at finde svar på, hvordan en social kontekst påvirker vores erkendelse med det udgangspunkt, at vores erkendelse er socialt konstrueret, idet vi erkender gennem sproglige begreber, og at sproget derfor må være en social størrelse (Wenneberg, 2000, s. 36-37). Yderligere insisterer socialkonstruktivismen på, at man skærper sit blik for, at man nødvendigvis må have en kritisk distance til måder at forstå verden på, der tages for givet, hvilket også inkluderer forskerens egen måde at se og forstå verden på (Pedersen, 2012, s. 201). Herved forstår vi socialkonstruktivismen som perspektivistisk med en idé om, at vores tanker, forståelser og opfattelser af feminisme og det danske mediebillede, har en afgørende betydning for, hvordan vi tilgår specialets problemformulering og case med udgangspunkt i feminisme. Samtidig betragter vi socialkonstruktivismen som perspektivistisk med den forudsætning, at vi hele tiden har for øje, at vores erkendelse nødvendigvis må være påvirket af det samfund vi lever i, og er en del af, hvorfor vi må være bevidste om, at vores argumenter og konklusioner ikke bliver partiske, men at vi derimod forholder os kritisk til det undersøgte fænomen. Hertil stiller vi os kritisk over for vores egen position som danske kvinder i samfundet, hvormed vores forudsætning i sammenhæng med feminisme nødvendigvis må være en anden end individer med andre forudsætninger. I denne sammenhæng har specialet afsat i casen om skabelsen af mediediskurser om feminisme, hvortil vi gennem transparens i udvælgelse, kodning og analyse af empiri vil fremme en upartiskhed gennem specialet.

Når man i socialkonstruktivismen ikke arbejder med én sandhed, betyder det ligeledes, at socialkonstruktivismen ikke tager det umiddelbare for givet. Et væsentligt fokus i socialkonstruktivistiske analyser er at afdække og skabe bevidsthed om de måder, hvorpå individer

og grupper er deltagende i skabelsen af det, der opfattes som sandheder, hvilket indebærer undersøgelser af, hvordan sociale fænomener konstrueres, hvilke magtforhold, der har betydning for fastholdelsen af sandheder, samt hvorledes sandhederne er blevet institutionaliseret i samfundet og derved er blevet en del af kulturen og samfundet (Pedersen, 2012, s. 189). Derfor argumenteres det også at være forskningens opgave ud fra et socialkonstruktivistisk perspektiv, at undersøge, hvilke argumenter, interesser og antagelser om det sande, der ligger til grund for herskende og divergerende positioner (Pedersen, 2012, s. 190). Det socialkonstruktivistiske perspektiv hævder, at et fænomen er menneskeskabt og bærer præg af sin menneskelige oprindelse – altså er et fænomen formet og præget af menneskelige interesser (Collin, 2022, s. 454). Collin (2014) beskriver samspillet mellem viden og fænomen, og fænomenet selv, som placeret i den ontologiske socialkonstruktivisme (Collin, 2014, s. 424). Ontologi i socialkonstruktivismen bygger på en antagelse om, at der ikke findes én sandhed, men derimod flere konstruerede sandheder, der får mening ud fra bestemte værdigrundlag, perspektiver samt sociale og historiske kontekster (Pedersen, 2012, s. 190). Samtidig er socialkonstruktivismens epistemologi begrundet i, at videnskabsteorien afviser, at objektiv viden kan opnås. Det er her socialkonstruktivismen som perspektivistisk er fremtrædende, da påvirkningen fra herskende diskurser betyder, at man altid vil se på sociale fænomener ud fra et bestemt perspektiv – altså findes der ikke et neutralt punkt, hvorfra et fænomen kan undersøges (Pedersen, 2012, s. 190).

Eftersom man ud fra et socialkonstruktivistisk perspektiv anser menneskers sprog, tænkning og sociale praksisser som historisk variable medfører det, at det samme kommer til at gælde for de fænomener, der konstrueres (Collin, 2021, s. 13), hvorfor måden at forstå verden på bærer præg af antagelsen om, at mennesker konstruerer viden om verden (Pedersen, 2012, s. 201). Herved forstår vi, at det blandt andet er gennem undersøgelsen af diskurser, at vi kan udlede viden om, hvordan et fænomen, eller en virkelighedsopfattelse, skabes om feminismen gennem medierne. Vi antager således, med et socialkonstruktivistisk udgangspunkt, at vores virkelighedsopfattelse er diskursivt konstrueret, hvormed vores egne forforståelser har en afgørende betydning for, hvordan vi ser og forstår verden. Hertil ser vi altså, at specialets analysemetode med afsæt i Halls (1992; 2013) udlægning af Foucault, arbejder ud fra en socialkonstruktivistisk tilgang, idet diskurser beskrives som værende viden om et givent emne, hvor intet har mening uden om diskurs. Således søger vi med vores analysemetodiske afsæt at opnå forståelse for den konstruerede sandhed.

Specialets udgangspunkt i socialkonstruktivisme som videnskabsteoretisk ståsted kan argumenteres at være en ramme, hvorudfra vi arbejder i undersøgelsen af, hvordan mediediskurser påvirker forståelsen af feminisme, og hvordan disse har ændret sig over tid. Når vi undersøger, hvordan mediediskurser påvirker fremstillingen af feminisme, arbejder vi således ud fra et perspektiv, hvor vi undersøger produktionen af den sociale virkelighed gennem fremtrædende diskurser. Med en socialkonstruktivistisk vinkel tages afsæt i formålet om at undersøge, hvordan diskurser kan siges at være medskabende af forståelser for feminisme, samt af konstruktionen af virkelighedsopfattelser gennem mediernes adressering af offentligheden gennem diskurs.

DEN DISKURSIVE KONSTRUKTION AF FEMINISME

KAPITTEL 1

7. DEN DISKURSIVE KONSTRUKTION AF FEMINISME

Følgende afsnit har til formål at præsentere specialets analyse af, hvilke mediediskurser der produceres om feminisme fra 1970 til 2022. Analysen tager udgangspunkt i vores udvalgte nedslag: Rødstrømpebevægelsen, Kvindekampen mister momentum, Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen, der vil fremgå som fire delanalyser. Denne opbygning har til formål at skabe overblik over det tidsmæssige perspektiv, specialet undersøger. I analysen tages afsæt i udvalgt empiri, værende artikler fra alle fire nedslag, hvortil der inddrages opslag og kommentarspor fra sociale medier i de to sidste nedslag. Vi ønsker at analysere, hvordan der sprogligt og visuelt skabes storytelling, og hvordan disse bidrager til produktionen af mediediskurser om feminisme. Diskursanalysen tager udgangspunkt i specialets udlagte analysemetode, der vil blive suppleret af teori fra specialets litteraturreview.

7.1. RØDSTRØMPEBEVÆGELSEN

I nedenstående fremgår analysen af det første nedslagspunkt Rødstrømpebevægelsen, der har afsæt i 108 artikler fra perioden 1970 til 1973, og tager udgangspunkt i kodningen af disse (Bilag 3.1). En liste over artiklerne kan ses i bilag 2.1. I følgende fremanalyseres en dominerende diskurs om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, der produceres gennem storytelling om kvinden som defineret af hendes ydre, den stærke mand over for den svage kvinde og rødstrømperne som ondsindede kvinder.

7.1.1. KVINDERS YDRE

Nedenstående har til formål at undersøge udvalgte artiklers diskursive fremstilling af kvinder og kvindekønnet, da dette gennem vores kodning forekommer fremtrædende. Det kommer i artiklerne til udtryk i forskellige kontekster og vinkler, som i det kommende afsnit analyseres at tale ind i en storytelling om kvinden som defineret af hendes ydre. Vi vil i følgende analysere, hvordan storytellingen kan være medskabende af en diskurs om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, i og med, at artiklerne italesætter fremstillingen af kvinders ydre som værende problematisk.

Ud fra artiklerne ses en overordnet fremstilling af kvindekroppen, der konstruerer et narrativ om, at det primære ved kvinden er hendes udseende. Dette kommer eksempelvis til udtryk i artikel 1, der er et interview med tre rødstrømper, hvor de italesætter, hvordan de oplever

forventningerne til kvindekroppen er: "Vi har ikke allesammen de flotte bryster, de rigtige talje-mål osv. Og derfor går vi rundt og spænder os ud og ind for at komme til at ligne idealet. Og bruger en masse kosmetik og busteholdere" (Artikel 1). Artiklen italesætter ydre facetter ved kvinden, såsom "flotte bryster", "talje-mål" og "kosmetik", og trækker herigennem interdiskursivt på en diskurs om idealkvinden, som havende specifikke ydre egenskaber. Endvidere ses fremstillingen af kvinders egenskaber, bestående i det ydre, også i italesættelsen af kvinder som "vedhæng", hvilket beskrives i artiklen omhandlende kvinders stilling i familien og samfundet, skrevet af Bjørn Selden, der var en kvindesags-mand kendt fra kampen for fri abort:

"Kvinden er mandens smukke vedhæng [...] der lever af at være søde og villige samt se 20 år yngre ud, end de er, og fremfor alt af at lade være med at bruge deres hjerne til f. eks. at erhverve sig titler, ordener og æresposter" (Artikel 21).

I ovenstående italesættes idealet om kvinden som værende ungdommelig, hvilket i sammenhæng med "smukke", "se 20 år yngre ud" og "lade være med at bruge deres hjerne" igen er med til at konstruere et narrativ om, at det primære ved kvinden er hendes udseende. Heri italesættes således kvinders egenskaber i form af udseende, hvor dette bliver fokus, frem for deres indre, hvorfor dette kan bidrage til en banalisering af kvinder og deres position, der taler ind i en stereotypisk fremstilling af feminister (jf. afsnit 3.2.1). Samtidig bliver der gennem italesættelsen af, at kvinder ikke skal bruge deres hjerne til at erhverve sig titler, i sammenhæng med "søde" og "villige" skabt et narrativ om, at kvinden skal være en trofæhustru. Således bliver de et vedhæng, idet kvindens formål netop er at se ung og smuk ud for mandens skyld, og "fremfor alt" ikke må være klog, hvorfor det tolkes, at de bliver sat i sammenhæng med det at være et objekt eller en genstand. Disse narrativer kommer til udtryk i flere artikler (blandt andet artikel 1, 19, 27, 43 & 102), hvor kvindens køn og stilling i samfundet bliver beskrevet gennem eksempelvis spørgsmålet: "Hvad kan kvinder have at snakke med hinanden om – ud over mænd, sex og børn?" (Artikel 43), samt ytringen: "Piger på kontor betragtes ofte som seksuel underholdning end som seriøs arbejdskraft" (Artikel 102). I artiklernes italesættelse af, at kvinder ikke har noget at tale om udover mænd, sex og børn, trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller, hvor kvindens arbejde ligger i børnepasning og i at tilfredsstille mandens behov, hvorigennem der skabes en fortælling om, at kvinder ikke har individuelle behov og færdigheder. Heri ligger også, at kvinderne ikke betragtes som "seriøs arbejdskraft" men som "seksuel underholdning", der igen skal tilfredsstille mændene. Fælles for de

inddragede artikler er, at formuleringerne ikke refererer til en specifik kvinde, men derimod til kvindekønnet generelt gennem brugen af "kvinden" og "piger". Der sættes i artiklerne således ikke spørgsmålstegn ved deres skønhed, men den nærmere konstateres og fremlægges som noget faktuel, der gælder for alle kvinder, og samtidig som det primære en kvinde er. I fremstillingerne af kvindens ydre beskrives den smukke kvinde i flere sammenhænge med ord såsom "kønsorganer" (Artikel 19), "bryster" (Artikel 1), "villige" (Artikel 21) og "røre ved" (Artikel 27), hvor benyttelsen af disse ord skaber konnotationer til seksuelle lyster, hvilket yderligere skaber et narrativ om, at kvinden er et symbol på sex.

Selvom artiklerne er medskabere af narrativer om, at det primære ved kvinden er hendes udseende, at kvinden skal være en trofæhustru samt narrativet om, at kvinden er et symbol på sex, er omdrejningspunktet i artiklerne, en problematisering af netop disse narrativer om kvinden. Dette bliver ligeledes tydeligt i ytringerne: "Hun er fortsat henvist til at tilkalde sig opmærksomhed ved hjælp af kønsorganer, barm, kommercielle kønsattributter og evne til at lytte [...]" (Artikel 19), og "Vores egen personlighed forsvinder helt i det seksuelle spil" (Artikel 108).

De udledte narrativer om kvinden skaber en storytelling om kvinden som defineret af hendes ydre. I og med, at der i denne storytelling ligger en problematisering af måden, der skabes narrativer om kvindens udseende og evner, bidrager denne storytelling til den diskursive formation, hvorigennem diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling* produceres. Problematiseringen af storytellingen forekommer i artiklerne som et ønske om at ændre på det regime of truth, der diskursivt er skabt i samfundet om, at kvinden ikke er mere end sit ydre. Altså ser vi, at artiklerne interdiskursivt trækker på diskursen om idealkvinden med det formål at kritisere denne forståelse i et forsøg på at ændre diskursens sandhed. Dog formår artiklerne ikke at bidrage til den diskursive formation om kvindeidealet, idet de ikke taler ind i andre narrativer om, hvad kvinden er, udover sit ydre og uden individuelle færdigheder. Dette udtrykkes eksempelvis gennem: "Jeg vil gerne have kvindernes ligestilling intellektuelt og økonomisk og jeg vil også gerne bevare spillet og sødmen" (Artikel 91), hvor der på en og samme tid ønskes ligestilling og en bevaring af det nuværende kvindesyn. Herudfra konstrueres ikke en konkurrerende storytelling, da artiklerne ikke beskriver, hvad kvindeidealet herimod skal være, hvorfor storytellingen forbliver kvinden som defineret af hendes ydre. I forlængelse heraf identificeres en subjektposition om, at kvinder problematisk bliver vurderet

på deres ydre egenskaber. Det er dette problem og den ønskede ændring, der endnu ikke er opnået, der bidrager til den diskursive formation og herigennem bliver medskaber af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*.

7.1.2. ET KØNSOPDELT SAMFUND

Følgende analyse har til formål at undersøge, hvordan udvalgte artikler på tværs italesætter og fremstiller kønsrollerne i samfundet samt sætter kvinder og mænd over for hinanden, da dette er fremtrædende i kodningen af artiklerne. Der analyseres herudfra en storytelling om den stærke mand over for den svage kvinde, og hvorledes denne storytelling bliver medskaber af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, idet en italesættelse af et kønsopdelt samfund bidrager til en forståelse af, at der endnu ikke er ligestilling mellem kønnene.

Særligt fremtrædende på tværs af artiklerne, er deres fokus på et samfund og kønsrollemønstre, hvor kvinder og mænd ofte stilles over for hinanden. Det understreges i flere artikler, hvor samfundets kønsroller beskriver, at kvinder og mænd placeres i roller, hvor kvinden skal være hustru og hjemmegående (Artikel 21, 43 & 89), mens manden er på arbejdsmarkedet (Artikel 89) og er "det herskende køn" (Artikel 58). Dette kommer eksempelvis til udtryk i følgende: "[...] langt de fleste lærebøger portrætterer kvinden som hjemmearbejdende og manden som den udearbejdende forsørger, og hvor manden altid er den initiativrige med de spændende og interessante opgaver og kvinden den, der tager sig af børnene [...]" (Artikel 21), "[...] kvinderne bliver derhjemme og passer børn og hjem [...]" (Artikel 43), og

"Samtidig blev kvinden stærkt bundet til hjemmet, fordi hun alene fik ansvaret for husholdninger, børnepasning og opdragelse [...] Manden gjorde arbejdsmarkedet til sit territorium. Udformede dets love og har siden forsvaret sin position. Kvinden blev den underordnede, der måtte acceptere hans betingelser" (Artikel 89).

Heri trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller, hvor kvinden er hjemmegående husmor, og manden er familiens overhoved, der har sin plads på arbejdet. Samtidig italesættes at kønsrollefordelingen stammer fra, at forholdet mellem mand og kvinde er biologisk forankret (Artikel 3 & 52), hvor det er naturbestemt, hvilken plads i samfundet kvinden indtager (Artikel 3 & 80). Altså skaber artiklerne konnotationer til manden som herren, der udfører det hårde arbejde, mens kvindens rolle er at føde børn. Disse konnotationer skabes ud fra

artikler, der både er kritiske overfor denne fremstilling af kønsrollerne (blandt andet artikel 3 & 52) samt artikler der mener, at det er den faktuelle måde at se kønnene på (blandt andet artikel 80). Heri udledes et narrativ om kønnene som dyriske, hvori manden bliver den dominerende leder og kvinden den underdanige, der eksisterer for at reproducere. Dette understøttes yderligere i artiklernes italesættelse af, at kvinder lever i "knæbøjet underdanighed for det store, stærke hanmenneske" (Artikel 46), hvor de er henvist til en "nedværdigende plads som håndlanger" (Artikel 10), er "mentalt og økonomisk ufri" (Artikel 59), og i højere grad er mændenes slaver end selvstændige kvinder (Artikel 34, 43 & 75). Gennem disse ytringers italesættelse af kvinder i forhold til mænd, trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller, der her fremstiller mandens plads i samfundet som værende over kvindens, idet det forstås som en universel del af samfundets bevidsthed. Denne myte italesættes ligeledes i artiklernes fokus på kvindens rolle på arbejdsmarkedet, gennem ytringer som: "Kvinder på kontor spiller de roller, som kvinder altid har spillet - som hustruer, mødre og elskerinder [...] Kaffelavning, telefonpasning og chefpasning er hvad man får lov til at nøjes med" (Artikel 102), "[...] nøjes med [...] at lave kaffe og tage sig af det praktiske" (Artikel 93), samt "Vær tilfreds med større forbehold til dine præstationer. Og selvfølgelig med mindre løn" (Artikel 14). Myten om de traditionelle kønsroller understreger fortællingen om kvindens rolle på arbejdsmarkedet, der er influeret af moderskab. Samtidig trækkes interdiskursivt på en historisk diskurs om kvinders rolle i samfundet, i italesættelsen af, at kvinder "spiller de roller, som kvinder altid har spillet" (Artikel 102). Dette er med til at konstruere et narrativ om, at kvinder ikke hører til på arbejdsmarkedet, hvilket kan udledes i fremstillingen af, at de ikke er andet end husmødre. Endvidere understreger ytringer såsom "vær tilfreds" og "nøjes med" kvindernes placering på arbejdsmarkedet, da det skaber konnotationer til, at der ikke kan forlanges eller forventes noget mere eller bedre for kvinden. Kvindernes rolle på arbejdsmarkedet bliver et udtryk for, at samfundsstrukturen er bygget op om en kønsrollefordeling, hvor kvinder enten nedgøres i deres position på arbejdsmarkedet eller menes slet ikke at høre til. Selvom artiklerne er med til at konstruere et narrativ om manden som overlegen og kvinden som underdanig, er konteksten i artiklerne dog en kritisk læsning af denne fremstilling af kvinder. Dette da de udledes at give udtryk for, at der ønskes en ændring af kvindens rolle, der er "et produkt af det kapitalistiske mandssamfund" (Artikel 3).

Forskellen på kvinder og mænd italesættes i flere artikler gennem fremstillinger af samfundet som et "mandssamfund" (Artikel 2, 3, 6, 21, 43, 71, 77, 89, 93, 97 & 103). Det

udtrykte mandssamfund i artiklerne skaber en fremstilling af, at kvinderne stræber efter at ændre samfundsstrukturen gennem kampen for ligestilling, der “[...] kan betyde, at mand og kvinde sammen kan etablere et menneskeværdigt samfund” (Artikel 43), hvorved der udledes en holdning om, at der ønskes et samfund, der i langt højere grad er baseret på mennesker frem for køn. Dette da fremstillingen af mandssamfundet kommer til udtryk gennem italesættelser af kvinder som undertrykte, i beskrivelser af deres rolle som: “[...] degraderet til det »underlødige« arbejde såvel ude som hjemme, hun er underkastet afhængighed af manden og har stort set kun sin (nedværdigende) rolle som kønsobjekt at spille på” (Artikel 92). Gennem brugen af udtryk såsom “degraderet”, “underlødige arbejde”, “underkastet afhængighed af manden” og “nedværdigende rolle som kønsobjekt”, fremstilles en opfattelse af kvinden som uden værdi, der taler ind i det tidligere nævnte narrativ om manden som overlegen og kvinden som underdanig. Endvidere uddybes narrativet med et perspektiv om, at “[...] det, kvinden i dag – og i de kommende år – kan forsøge at overbevise mændene om, er, at det ikke tjener noget formål at fortsætte i det menneskefjendske, kapitalistiske og konkurrencebetonede rotterace” (Artikel 43), hvori der udtrykkes en holdning om mænd som nogen, der har skabt et samfund, der bærer præg af at være “fjendsk”, “kapitalistisk” og “konkurrencebetonet”. Heri ser vi et overvejende udtryk for radikal feminism, hvor det fremkommer, at 70’ernes kvinder søgte at gøre op med det kapitalistiske samfund og de forestillinger, der var om kvinden og kvindens rolle heri, samt mandens suverænitet (jf. afsnit 3.2.1). Det bliver ydermere tydeligt i italesættelsen af, at hvis mændene kommer med i ligestillingskampen, vil de ende med at “[...] tage føringen og dominere kvinderne. Det er de jo opdraget til” (Artikel 89), derfor må kvinderne “rotte sig sammen” (Artikel 89). Her tales igen ind i forestillingen om mænd som dominerende og i besiddelse af en suverænitet, kvinder ikke har, samtidig med, at brugen af udtrykket “rotte sig sammen” skaber konnotationer til, at kvinderne nødvendigvis må slå sig sammen for at gøre op med det mandssamfund, de ønsker ændret.

Ovenstående fremanalyserede narrativer om kønnene som dyriske, at kvinder ikke hører til på arbejdsmarkedet og manden som overlegen og kvinden som underdanig, taler på tværs ind i en storytelling om den stærke mand over for den svage kvinde. Hertil identificeres en subjektposition om, at dette syn på kvinder forekommer problematisk, da artiklerne portrætterer denne storytelling, som noget der ønskes ændret i samfundet. Denne subjektposition identificeres dog ikke i alle artikler, idet det kommer til udtryk i flere artikler, at kvinderne selv er

skyld i deres rolle i samfundet og deres dårlige stilling på arbejdsmarkedet. Dette ses blandt andet ved italesættelsen af:

“Når det kommer til stykket, gemmer kvinder sig bag mandens brede ryg [...] I stedet for at engagere sig i politik, i fagforeningsarbejde og mase sig frem til besluttende poster, hvor overenskomster og magtfordeling mellem kønnene kunne afgøres, overlader kvinderne fastsættelsen af deres løn og arbejde til mænd og nøjes med [...] at lave kaffe og tage sig af det praktiske” (Artikel 93).

Holdningen om at kvinder selv er medskyldige i deres position i samfundet, kommer til udtryk i en kronik skrevet af bibliotekar Kurt Sørensen, der omhandler, at kvinder modarbejder sig selv i kampen for ligestilling. Gennem italesættelsen af, at kvinder blot gemmer sig i stedet for at engagere sig, samt at de overlader deres løn og arbejde til mændene, og nøjes med at lave kaffe, skabes konnotationer til, at kvinden gemmer sig bag manden i stedet for at indtage en rolle på samme vilkår som manden. Gennem italesættelsen af “mandens brede ryg”, fremstilles manden ligeledes som den stærke figur overfor kvinden, der beskrives at “gemme sig”, hvormed der tales ind i et narrativ om, at kvinden er medskaber af manden, som det overlegne køn. Samtidig udtrykker Kurt Sørensen, at ligestilling “[...] er serveret på et sølvfad, det er bare at tage for sig – men kvinderne foretrækker øjensynlig den sædvanlige martyrglorie, den evindelige snak og kværuleringen over mandssamfundet” (Artikel 93). Ved brugen af ordet “martyrglorie” skabes konnotationer til, at kvinder vil fremme sig selv ved at fortælle om, hvor uretfærdigt de behandles fremfor at tage imod den ligestilling, der er “serveret på et sølvfad”, idet de foretrækker at blive ved med den “evindelige snak” og “kværuleringen”, hvortil der udledes et narrativ om, kvinder som uberettigede ofre. Her tales således ind i en stereotyp fremstilling af feminister som ofre, hvormed deres problemer bagatelliseres. I narrativerne om, at kvinden er medskaber af manden som det overlegne køn og kvinder som uberettigede ofre, identificeres en subjektposition, der udtrykker, at kvinder selv er skyld i deres rolle i samfundet, hvorfor man skal have ondt af kvinderne. Dog udledes disse narrativer at tale ind i den tidligere udledte storytelling om den stærke mand over for den svage kvinde. Dette da narrativerne portrætterer kvinden som svag, gennem brugen af en offerframe. I analysen ses et udtryk for radikal feminism samt en kritik af traditionelle kønsroller, hvor der ønskes at gøres op med disse, identificeres en anden subjektposition, der tilkendegiver at det nuværende syn på køn er problematisk, hvorfor dette ønskes ændret. Konstruktionen af den

udledte storytelling og de identificerede subjektpositioner bidrager hermed til den diskursive formation af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*.

7.1.3. DE ONDSINDEDE RØDSTRØMPER

I nedenstående analyseres kvindernes kamp for frigørelse, på tværs af de udvalgte artikler, hvorigennem vi finder en storytelling om rødstrømperne som ondsindede kvinder, der konstrueres gennem narrativer om Rødstrømpebevægelsen som en krig ført af selvoptagede og hysteriske kvinder samt et narrativ om rødstrømperne som mandsfjendtlige. Denne storytelling kan sættes over for et narrativ om, at rødstrømperne kæmper for ligestilling for begge køn, hvori der dog stadig trækkes på narrativer om de hysteriske, selvoptagede og mandefjendske rødstrømper. Vi vil i analysen undersøge, hvorledes disse fremstillinger bidrager til den diskursive formation af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*.

I artiklernes repræsentation af rødstrømperne og deres kamp for ligestilling mellem kønnene fremgår blandt andet et syn på rødstrømperne som: "navlebeskuende" (Artikel 78), "ekstremistiske" (Artikel 89), og præget af "hysteri, selvmedlidenhed og manglende intellektuel lødighed [...]" (Artikel 20). Ved brug af ordene "navlebeskuende", "hysteri" og "selvmedlidenhed" fremstilles rødstrømperne som selvoptagede og hysteriske kvinder, der sætter sig selv som ofre. Fremstillingen af hysteriske rødstrømper taler ind i den portrættering, der kan defineres som en dæmonisering, hvorigennem de netop fremstilles som skøre og ude af kontrol, hvilket bidrager til en banalisering af rødstrømpernes formål. Dette bidrager yderligere til en fremstilling af feminismen som mindre legitim (jf. afsnit 3.2.1), idet ordene fremstiller rødstrømpernes kamp som unødvendig. Ved brugen af ordet "ekstremistisk" trækkes på en politisk diskurs, idet ordet skaber konnotationer til en beskrivelse af dramatiske og voldsomme samfundsmæssige holdninger og handlinger i en politisk debat, hvorigennem ordet fordrer en nedsættende fremstilling af rødstrømperne som havende en yderligtgående adfærd eller holdning. Samtidig bliver denne fremstilling et udtryk for Rødstrømpebevægelsen som en social afvigelse fra en offentlig holdning, der netop er en gængs fremstilling af feminister i de amerikanske medier (jf. afsnit 3.2.1). Denne ekstremistiske adfærd og holdning understøttes af sammenligninger af rødstrømpernes kvindeoprør med andre oprør i verden: "Netop nu er der virkelig ved at gå skred i kvindeoprøret. En udvikling hen imod mere militant strategi og taktik, svarende til det amerikanske negeroprørs udvikling" (Artikel 6). Brugen af "oprør" og

“militant strategi og taktik” trækker interdiskursivt på en krigsdiskurs, hvorigennem der skabes konnotationer til krigslignende forhold. Samtidig trækkes intertekstuel på en reference til “negeroprøret” efter slaveriets ophævelse, hvor målet for de tidligere slaver var integrering i samfundet på lige fod med hvide amerikanske borgere. Kobles dette til vendingen “gå skred i kvindeoprøret” bliver referencen en måde at understrege en absurditet i kvindernes kamp for integrering i samfundet, på lige fod med manden. Ovenstående fremstillinger bidrager til en skabelse af et narrativ om, Rødstrømpebevægelsen som en krig ført af selvoptagede og hysteriske kvinder.

Endvidere udtrykkes det, at “Rødstrømperne er en af de værste hindringer for kønnenes ligeberettigelse” (Artikel 71), hvilket understøttes idet flere artikler italesætter, at der ikke kan opnås ligestilling mellem kønnene, når bevægelsens kvinder isolerer sig fra mændene (blandt andet artikel 55, 71 & 77). Dette ses eksempelvis i ytringerne: “Man slipper ikke for mandssamfundet ved at isolere sig og snakke problemerne igennem UDEN mændene” (Artikel 71), “kvindebevægelsen ødelægges af for meget frimureri og isolation. Det er noget pjat at tale om total udelukkelse af mænd [...] Ja, det er simpelthen tåbeligt” (Artikel 55), samt at rødstrømperne “retter skytset mod mandssamfundet” (Artikel 77). Ved brugen af ordene “frimureri” og “isolation” skabes konnotationer til, at rødstrømperne arbejder i en hemmelig gruppe, hvor mændene ikke må være med eller hører til. Gennem vendinger som “kvindebevægelsen ødelægges”, “det er noget pjat” og “det er simpelthen tåbeligt” italesættes en uenighed med og en latterliggørelse af rødstrømpernes måde at kæmpe på, der refererer til, at det er en kamp uden mænd. Samtidig tales her ind i en gængs fortælling om rødstrømperne portrætteret som en bevægelse fyldt med mandehadere, hvori de dæmoniseres, hvilket ligeledes bidrager til en latterliggørelse af rødstrømperne. Herigennem konstrueres et narrativ om rødstrømperne som mandsfjendtlige, hvor fremstillingen i artiklerne bliver en latterliggørelse af rødstrømperne på baggrund af dette narrativ. Gennem narrativerne om Rødstrømpebevægelsen som en krig ført af selvoptagede og hysteriske kvinder, samt rødstrømperne som mandsfjendtlige, skabes en storytelling om rødstrømperne som ondsindede kvinder. Storytelling bidrager til den diskursive formation, hvorigennem diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling* produceres, idet betydningen af storytelling bliver et udtryk for, at rødstrømperne som hysteriske, udspekulerede og mandefjendske medvirker til at vejen til ligestilling vurderes lang, da dette ikke fordrer samfundets tilslutning til kampen for ligestilling.

Overfor ovenstående storytelling om rødstrømperne som ondsindede kvinder, opstilles i andre artikler et narrativ om, at rødstrømperne kæmper for ligestilling for begge køn. Dette narrativ forekommer overvejende i artikler, hvor rødstrømperne har fået ordet (blandt andet artikel 8, 29, 35, 37 & 79), hvilket eksempelvis kommer til udtryk i følgende:

“Mandsfjendtlige er vi sågu ikke! Det er blot en myte. Og der er ingen grund til at frygte, at kvinderne tager magten fra mændene, hvis de slippes løs og gøres til ligemænd. Vi vil da ikke mænd til livs. Det er tværtimod oftere og oftere sådan, at vi ligefrem må på barrikaderne også for mænds ligestilling. Vi vil bare den indstilling til livs: At naturen har bestemt kvinden til at være “køn nummer to”” (Artikel 29).

Gennem brugen af “sågu ikke!”, samt italesættelsen af “mandsfjendtlige” som en “myte”, tales ind i den tidligere fremanalyserede storytelling om rødstrømper som ondsindede kvinder, idet ytringen kan ses som et modsvar hertil samt til dæmoniseringen af dem. Dette understøttes yderligere i artiklens italesættelse af myten som værende, at kvinderne “tager magten fra mændene” og “vi vil da ikke mænd til livs”. Som tidligere trækkes også her interdiskursivt på en krigsdiskurs i vendingen “på barrikaderne” samtidig med, at der tales ind i narrativet om de hysteriske og selvoptagede kvinder i vendingen “hvis de [kvinderne] slippes løs”. Denne fremstilling anvendes dog her som en italesættelse af det, rødstrømperne ikke er, hvilket understøttes i fremstilling af det, rødstrømperne i stedet kæmper for. Denne fremstilling ses gennem italesættelse af, at de også kæmper for mænds ligestilling samt, at de blot vil forestillingen om kvinder som køn nummer to til livs. Her skabes således et narrativ om, at rødstrømperne kæmper for ligestilling for begge køn. Dette narrativ konstrueres gennem flere artikler i en italesættelse af, at rødstrømperne beskæftiger sig med “ligestilling mellem kønnene” (Artikel 75), og at deres opgave er “at fortælle, hvor væsentligt det er, at kvinderne bliver selvstændige” (Artikel 79). Ved brugen af udtrykket “selvstændige” skabes en forståelse af, at det, der ligger i rødstrømpernes kamp for ligestilling er, at begge køn har ret til at være selvstændige og have samme rettigheder i samfundet. Heri understøttes narrativet om, at rødstrømperne kæmper for ligestilling for begge køn. Narrativet bliver et udtryk for en igangværende kamp for ligestilling for både mænd og kvinder, og er herigennem medproducent af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*. Betydningen af narrativet i diskursen bliver dog, at der er lang vej endnu, idet ligestilling ikke er opnået. Yderligere bidrager udledte narrativ om, at rødstrømperne kæmper for ligestilling for begge køn, til en forståelse af bevægelsen som værende en anden, end den forståelse, der udtrykkes gennem storytellingen om

rødstrømperne som ondsindede kvinder. Hertil identificeres to subjektpositioner, henholdsvis en positionering gennem forståelsen af Rødstrømpebevægelsen som en kamp for ligestilling, mod en forståelse af rødstrømperne som udspekulerede og hysteriske kvinder, hvorfor subjektet hermed ikke tilslutter sig kampen for ligestilling, fordi de ikke kan se mening i en hysterisk og ekstremistisk kamp. Dog taler begge subjektpositioner ind i den diskursive formation af diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, idet der er en modvillighed til kampen, og at der stadig kæmpes for ligestilling.

7.1.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Ud fra diskursanalysen af Rødstrømpebevægelsen finder vi, at der opstilles tre storytellinger: kvinden som defineret af hendes ydre, den stærke mand over for den svage kvinde, samt rødstrømperne som ondsindede kvinder. Gennem analysen af kvinders ydre egenskaber udledes, at artiklerne i høj grad fokuserer på en ydre og seksuel fremstilling af kvinder, hvor der tales ind i en storytelling om kvinden som defineret af hendes ydre, hvori kvinders egenskaber er deres ydre og at kvinden udelukkende vurderes på sit udseende og ikke hendes intellekt eller andre evner. Denne storytelling understøttes i nogen grad i analysen af et kønsopdelt samfund, hvor det udledes, at artiklernes fremstilling af kønsroller i høj grad bærer præg af et traditionelt kønsrollemønster, hvorigennem der skabes en storytelling om manden som den overlegne med magten, og kvinden som underdanig. I analysen af de ondsindede rødstrømper finder vi en dominerende storytelling om rødstrømperne som ondsindede kvinder, der udledes på baggrund af narrativer om Rødstrømpebevægelsen som en krig ført af selvoptagede og hysteriske kvinder og rødstrømperne som mandsfjendtlige. De tre storytellinger bliver en del af den diskursive formation, der bliver medskaber af et regime of truth i diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*. De bidrager i samspil til en forståelse af, at kampen for ligestilling endnu ikke er i mål, idet der italesættes problematikker om, at kvinder vurderes på deres ydre, at kvinden italesættes som svag i relation til manden samt at rødstrømperne fremstilles som hysteriske og ekstremistiske, og derfor ikke fremmer en tilslutning til kampen for ligestilling.

7.2. KVINDEKAMPEN MISTER MOMENTUM

I følgende vil analysen af specialets andet nedslagspunkt Kvindekampen mister momentum i perioden 1995 til slut 1999 blive udfoldet med afsæt i 141 artikler (Bilag 2.2). Analysen har afsæt i kodning af artiklerne (Bilag 3.2), hvor vi i nedenstående vil inddrage udvalgte artikler, der repræsenterer de mest fremtrædende temaer på tværs af alle artiklerne. Ud fra de kodede temaer opstilles to overordnede dele i vores analyse, hvortil første del vil omhandle 70'ernes rødstrømper sammenlignet med 90'ernes feminister, og anden del vil omhandle kønnenes roller i samfundet. I følgende fremanalyseres en dominerende diskurs om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*, der produceres gennem storytelling om Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk over for 90'er feminismen som demokratisk, om 90'er feminismen som Rødstrømpebevægelsens afkom og køn under forhandling.

7.2.1. RØDSTRØMPEBEVÆGELSEN SOM EKSTREMISTISK OG 90'ER FEMINISMEN SOM DEMOKRATISK

Det følgende afsnit har til formål at undersøge artiklernes diskursive fremstilling af 90'ernes feminister over for 70'ernes rødstrømper, da denne sammenligning forekommer fremtrædende i vores kodning af artiklerne til andet nedslag. Artiklernes italesættelse af rødstrømperne fremstilles som en måde at definere 90'ernes feminisme, hvorfor vi i det følgende ønsker at se på både narrativer omhandlende rødstrømperne og 90'ernes feminister, i en forståelse af, hvordan narrativerne bidrager til fremstillingen af feminisme i 90'erne. Det er i sameksistensen af de forskellige narrativer, at vi ser på fremstillingen af feminisme gennem storytelling om Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk over for 90'er feminismen som demokratisk, og storytelling om 90'er feministerne som influeret af rødstrømperne. Vi vil med afsæt i disse analyser forholde os til, hvordan storytellingerne bidrager til produktionen af diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*.

Storytelling om Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk over for 90'er feminismen som demokratisk, kommer til udtryk på tværs af nedslagets artikler, hvori der italesættes en kritik af, og afstandtagen til, 70'ernes rødstrømper, med målet om at understrege, hvordan 90'ernes feminister ikke er (blandt andet artikel 3, 6, 7, 19, 37, 40, 41, 43, 52, 68, 71 & 103). Dette forekommer blandt andet i artiklerne opbygget af et narrativ om rødstrømperne som ondskabsfulde og mandefjendske. Dette narrativ konstrueres gennem artiklernes anvendelse af

adjektiver, der beskriver en rødstrømpe som en "strigle" (Artikel 72), "kold heks" (Artikel 72), "mandehader" (Artikel 72) og "ubehagelig" (Artikel 103). Ved anvendelsen af disse adjektiver i sammenhæng med en intertekstuel reference til tekster om hekse, hvori der skabes konnotationer til eventyrets ondskab, bidrages til en fremstilling af rødstrømper som onde kvinder. Udover en italesættelse af kvinden som heks, sættes rødstrømperne også i relation til djævlens: "De vil kunne få øje på en lille, ubehagelig hun-djævel, som jeg kalder den; men selv om den er lille, er den ikke vanskelig at få øje på [...] Den efterlader sig altid et tydeligt gustent spor, fordi den kræver ofre" (Artikel 5). Artiklen taler her ind i en myte om djævlens, der hersker over det onde og er Guds modstander. Samtidig ses heri en intertekstualitet, idet forståelsen af myten om djævlens baseres på bibeltekster. Med sammenkoblingen af "hun" og "djævel" skabes således konnotationer til kvinden som herskeren over alt ondt og som Guds, og derfor menneskets, fjende. "Hun-djævel" fungerer således som en metafor, der gennem myte og intertekstualitet forstærker fremstillingen af 70'ernes rødstrømper som onde. Referencen til "Hun-djævel" kan ligeledes fungere som en intertekstuel reference til bogen "Hun-djævlens bekendelser" af Fay Weldon, der omhandler en kvinde, der vil gøre op med rollen som offer, i form af udførelsen af satanistisk hævn og hekseri. Referencen til bogen "Hun-djævlens bekendelser" og tekster om hekse og djævle er med til at understrege narrativet om, at rødstrømperne er ondskabsfulde og mandefjendske. Den kritiske italesættelse af, og afstandtagen til, 70'ernes rødstrømper, udtrykkes yderligere i et narrativ om Rødstrømpebevægelsen som udemokratisk. Narrativet kommer til udtryk gennem en beskrivelse af kvindebevægelsen som "totalitær" (Artikel 43) og

"1970'erne er et grimt, aggressivt årti med udemokratiske tendenser, derfor er det svært at være taknemmelig [...] Tak for det, det mener jeg virkelig. For med rødstrømpernes ubehagelige, vanvittige og ufine slag i bolledejen fik vi friheden til at ryge, drikke, uddanne os, arbejde og dø næsten lige så tidligt som mændene" (Artikel 103).

Gennem anvendelsen af "totalitær" trækkes interdiskursivt på en politisk diskurs, hvorigennem der skabes en forståelse af en magt, der er koncentreret til en gruppe og fratager det enkelte menneskes personlige frihed. Fremstillingen af Rødstrømpebevægelsen bliver således sat i sammenhæng med en diktatorisk styreform. Heri ligger ligeledes en kritik af rødstrømpernes fremgangsmåde, der understøttes af brugen af billedsproget "slag i bolledejen", idet udtrykket forstås som en beskrivelse af en energisk, utraditionel og provokerende fremgangsmåde, der samtidig forværres gennem adjektiverne "ubehagelige", "vanvittige" og "ufine".

Disse adjektiver italesætter den stereotypiske dæmonisering af feminister (jf. afsnit 3.2.1), hvormed rødstrømpernes fremgangsmåde fremstilles som ubehagelig og provokerende, hvilket bidrager til et narrativ om Rødstrømpebevægelsen som udemokratisk. Dette narrativ kommer yderligere til udtryk gennem en afstandtagen til 70'ernes rødstrømper, der udtrykkes mere eksplicit: "Der er masser af dem [feminister]. De lægger bare afstand til deres egne 70'er-mødre" (Artikel 19), "De [generationen af kvinder, der kom efter Rødstrømpernes døtre] vendte sig imod deres mødre [...]" (Artikel 52), samt "Den er et ønske om at komme fri af rødstrømpe mødrenes løftede pegefingre [...]" (Artikel 37), hvor "den" refererer til dommen om, at kvindekampen er død, fordi kvinderne har fået friheden til at indtage den kvinderolle, de ønsker (Artikel 37). Her bliver afstanden til Rødstrømpebevægelsen tydeliggjort gennem udtryk som "lægger bare afstand", "vendte sig imod" og "komme fri af", der alle skaber konnotationer til, at rødstrømperne har holdt kvinderne fast i deres værdisæt under tvang, hvilket igen bidrager til konstruktionen af et narrativ om Rødstrømpebevægelsen som udemokratisk.

I kritikken af rødstrømpernes fremgangsmåde i kvindernes kamp for ligestilling, forekommer ligeledes et narrativ om feminisme i 90'erne som blidere end 70'ernes rødstrømper. Dette narrativ opstår på baggrund af, at der i artiklerne interdiskursivt trækkes på en krigsdiskurs, gennem en beskrivelse af, hvordan 90'ernes feminister ikke arbejder: "Den uniformerede kvindekamp er heldigvis helt død. Jeg kan forstå, at kvinder dengang havde behov for at gå på barrikaderne. Men i dag er det åbenheden, det gælder. Debatten, dialogen mellem kønnene" (Artikel 47) og "Vi mødes uden slag-ordene [...]" (Artikel 59). Italesættelsen af "den uniformerede kvindekamp" som død, brugen af "gå på barrikaderne" og "slag-ordene" føjer til en fremstilling af Rødstrømpebevægelsen som lignende en krig, mens 90'ernes feminister ønsker at gå mere dialogisk til værks. Den interdiskursive krigsdiskurs bliver her en måde at understrege den fremgangsmåde, feministerne i 90'erne ikke har. Med afsæt i dette udledes hertil et narrativ om feministerne i 90'erne som blidere end 70'ernes rødstrømper, gennem en italesættelse af, at 90'er feminismens fremgangsmåde ikke kan beskrives som en krig, der skal kæmpes, og derfor er blidere end den tidligere Rødstrømpebevægelse. Dette tydeliggøres ligeledes i en fremstilling af en mere individualistisk feminisme: "Derudover er 90'ernes feminister ikke fundamentalister. De er individualister. På godt og ondt. I 90'erne er det hver kvinde sin feminisme" (Artikel 24) og "Vi er en samling diffuse blæksprutter. Og hellere det end forsøge at proppe sig selv ind under en fælles betegnelse. Jeg er lettet over, at vi i hvert fald ikke længere er rødstrømper eller under deres direkte indflydelse" (Artikel 103). Gennem

opstillingen af fundamentalister over for individualister skabes konnotationer til fundamentalister som en betegnelse for tilhængere af en gruppe med yderligtgående holdninger, samt individualister som personer med egne meninger og egen måde at opføre sig på. Opstillingen af de to overfor hinanden bidrager således til en fremstilling af rødstrømperne som en samlet gruppe med ens yderligtgående holdninger, mens 90'ernes feminister italesættes som enkelte individer med hver deres holdning til, hvad feminisme er. Den individualistiske fremstilling understøttes af metaforen "diffuse blæksprutter", der fremstiller 90'ernes feminister som havende ufokuserede holdninger i kvindekampen, der mangler klarhed og præcision. Den individualistiske feminisme forekommer derfor blidere end rødstrømpernes fundamentalistiske gruppe, idet 90'er feministers kamp fremstår mindre ekstrem end rødstrømpernes. Dette understøttes af, at rødstrømperne fremstilles som en samlet gruppe, mens 90'ernes feminister kæmper individuelle kampe, og derigennem fremstilles mere svage og mindre politiske i kvindekampen. Således bidrager denne fremstilling igen til narrativet om 90'ernes feminister som blidere end 70'ernes rødstrømper.

Fremstillingen af rødstrømperne som en fundamentalistisk gruppe med ens yderligtgående holdninger, kan sættes i sammenhæng med et udledt narrativ om rødstrømperne som vilde og radikale. Dette narrativ konstrueres gennem beskrivelser af rødstrømpernes måder at kæmpe for ligestilling: "De brændte deres BHer" (Artikel 11), "Jeg har plukket mine øjenbryn for allersidste gang" (Artikel 19) og "udslået hår, hoppende bryster" (Artikel 103), samt i beskrivelsen af de demonstrerende rødstrømper som "rasende rødstrømper" (Artikel 16). Gennem fremstillinger af rødstrømper uden bh, uden plukkede øjenbryn og med udslået hår, tales ind i en myte om det ydre kvindeideal som pænt, ordentlig og kontrolleret, hvilket rødstrømperne således bryder med. Ved inddragelsen af denne myte understøttes narrativet om rødstrømperne som radikale og vilde, fordi de netop fremstilles at bryde med forventningen om kvinder som pæne, ordentlige og kontrollerede. Heri tales yderligere ind i en stereotyp fremstilling af feminister gennem italesættelse af deres ydre attributter samt dem som hysteriske, hvorigennem de dæmoniseres. Denne anvendelse af stereotype fremstillinger bidrager til banalisering af rødstrømpernes kamp, samt deres position som bevægelse. Endvidere understøttes narrativet om rødstrømper som vilde og radikale i beskrivelser af 70'ernes kvinde som "mandhaftig og nogle gange grovere i kæften end sømandsbossen" (Artikel 103), hvor udtrykket "grov i kæften" fremstår nedsættende af kvinden på baggrund af både "grov" som beskrivende adjektiv, samt valget af "kæften" i stedet for munden. Dettens udledes på baggrund

af en myte om det indre kvindeideal om kvinden som blid, hvorfor denne fremstilling bryder med idealet, hvilket taler ind i narrativet om rødstrømperne som vilde og radikale, idet det forekommer radikalt at bryde med den gængse forståelse af, hvordan en kvinde er. Da alle nævnte citater, optræder i sammenhæng med beskrivelser af rødstrømperne, bidrager de til en forståelse af, at rødstrømperne i 70'erne både brød med et ydre samt et indre kvindeideal. Gennem narrativerne fremstilles rødstrømperne som ude af kontrol, hvor dette bidrager til en forståelse af 90'ernes feminister som værende mere i kontrol og knap så hysteriske. Eftersom denne fremstilling udtrykker en banalisering og dæmonisering af rødstrømperne, ser vi, at artiklernes anvendelse af denne fremstilling bidrager til en beskrivelse af, hvad 90'er feministerne ikke er. 90'ernes feminister fremstilles altså mere legitime end rødstrømperne. De udledte narrativer bidrager herudfra til en storytelling om Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk over for 90'er feministerne som demokratiske, hvor storytelling bliver et udtryk for en ekstrem og voldsom Rødstrømpebevægelse, der adskiller sig fra 90'ernes feminisme.

7.2.2. 90'ER FEMINISTERNE SOM INFLUERET AF RØDSTRØMPERNE

Mens ovenstående storytelling om Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk og 90'er feminismen som demokratisk, udlægger en afstand mellem rødstrømperne og 90'er feministerne, finder vi i andre artikler i samme nedslag, en storytelling om 90'er feministerne som influeret af rødstrømperne. Denne kommer til udtryk gennem et narrativ om rødstrømperne som foregangskvinder samt 90'ernes feminister som udemokratiske.

I artiklerne udledes et narrativ om rødstrømperne som foregangskvinder, der fremstiller 90'ernes feminister som affødt af rødstrømpernes initiativer. Narrativet om rødstrømperne som foregangskvinder skabes blandt andet gennem interdiskursivt at trække på en krigsdiskurs. Denne kommer til udtryk gennem beskrivelser af Rødstrømpebevægelsen som: "Det hele var meget seriøst, op på barrikaderne, og »til kamp, søster«" (Artikel 47), "en kvindelig vagtparade, der kan sammenlignes med livgardens forhold til militæret" (Artikel 96), "suverænt raserede parforholdene" (Artikel 96) og "kæmpet sig frem" (Artikel 105). Inddragelsen af en krigsdiskurs skaber en forståelse af kvindebevægelsen som en krig, der skal vindes, og understreger herigennem alvoren i den, og at rødstrømperne har arbejdet hårdt. Det bidrager til en forståelse af, at rødstrømperne er gået forrest i kampen for lige rettigheder mellem kønnene. Dette understøttes yderligere gennem: "Det var dem, der banede vejen for, at min

generation af kvinder har haft nemmere ved at leve selvstændige liv“ (Artikel 93), “[...] ingen historisk bevægelse nogensinde tidligere har haft så stor indflydelse på og ændret tilværelsen for så mange almindelig danskere, kvinder såvel som mænd” (Artikel 96) og “Takket være 70er-feminismen er husmorrollen blot én blandt mange roller, man kan vælge i dag” (Artikel 105). Udtryk som “banede vejen”, “historisk bevægelse”, “stor indflydelse” og “takket være” er med til at skabe et narrativ om rødstrømperne som foregangskvinder, hvori kvindebevægelsen defineres som en betydningsfuld kamp, der har haft betydning for kvindernes liv. Heri fremkommer en fremstilling af taknemmelighed for det arbejde, rødstrømperne har gjort, der bliver medskaber af en storytelling om 90’er feministerne som influeret af rødstrømperne.

Mens ovenstående narrativ om Rødstrømpebevægelsen som foregangskvinder taler ind i en taknemmelighed, udleder vi derudover et narrativ om 90’ernes feminister som udemokratiske. Dette narrativ kan ses i sammenhæng med det tidligere identificerede narrativ om Rødstrømpebevægelsen som udemokratisk, hvilket konstrueres i artikler, hvori der tages afstand fra 70’ernes rødstrømper eller de kritiseres. Denne sammenhæng ses, idet både Rødstrømpebevægelsen og 90’ernes feminisme bliver beskrevet som udemokratisk, hvormed 90’ernes feminister kan ses at være influeret af rødstrømperne. Narrativet om 90’ernes feminister som udemokratiske konstrueres gennem en interdiskursiv krigsdiskurs, hvor 90’ernes feminister eksempelvis beskrives som: “1990’ernes feminister er unge, vrede og oppe på barrikaderne” (Artikel 7). Derudover trækker fremstillingen af 90’er feminismen på en myte om den gode kvinde overfor den onde mand, der blandt andet kommer til udtryk gennem en fremstilling af, at feminister ser manden som fjenden: “Feminister er frigide og det feministiske projekt er drevet af mandehad” (Artikel 24), samt en italesættelse af det gode mod det onde: “Hvor 70’er-marxismen skelner mellem de gode - arbejderklassen - og de onde - kapitalisterne - skelner feminismen mellem de gode - kvinderne - og de onde - mændene” (Artikel 26). At artiklerne taler ind i narrativ om 90’er feminister som udemokratiske og myten om den gode kvinde overfor den onde mand, bidrager til en konstruktion af 90’ernes feminister som arbejdende ud fra samme værdisæt, som tidligere fremanalyseret hos 70’ernes rødstrømper. En anden måde, hvorpå feministerne fremstilles som tilsvarende rødstrømperne, er gennem et narrativ om feminister som udemokratiske, der italesættes gennem en beskrivelse af feminister som “konforme” og feminismen som “autoritær og totalitær” (Artikel 24), hvilket konnoterer til, at kvindesagen er et diktatur. Artiklerne italesætter således feminisme i 90’erne ud fra samme myter, interdiskursivitet og narrativer som rødstrømperne, hvorfor vi

finder et narrativ om 90'ers feminismen som udemokratiske, der kan ses som modsat den fremstilling af feminismen, der kommer til udtryk gennem afstanden til rødstrømperne (jf. afsnit 7.2.1). De to udledte narrativer om rødstrømperne som foregangskvinder og 90'ernes feminister som udemokratiske, der taler ind i den samme fremstilling af rødstrømper, bidrager til en samlet storytelling om, at 90'ers feminismen er influeret af rødstrømperne, hvor rødstrømpernes tidlige kamp, initiativer og adfærd, har affødt 90'ers feministernes muligheder og måde at reagere på.

På baggrund af de to ovenstående analyser findes beskrivelser af forskelle og ligheder, hvorudfra der identificeres to subjektpositioner. Den ene subjektposition finder mening i, at 90'ernes feminister er mere demokratiske end 70'ernes rødstrømper, hvortil den anden subjektposition finder mening i, at 90'ernes feminister er lige så udemokratiske som 70'ernes rødstrømper. Da førstnævnte subjektposition identificeres ud fra flere narrativer, der taler ind i, at 90'ernes feminister er mere demokratiske end 70'ernes rødstrømper ser vi, at denne bliver the regime of truth med en sandhed om, at feminismen har sejret, og derfor ikke er eksisterende på samme krigeriske måde som rødstrømperne. Endvidere italesættes rødstrømperne som at have skabt muligheder for 90'ernes kvinder, der ligeledes kan bidrage til fortællingen om, at der ikke længere er en kamp, der skal kæmpes. Konstruktionen af de to udledte storytellinger og de identificerede subjektpositioner bidrager hermed til den diskursive formation af diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*.

7.2.3. KØN UNDER FORHANDLING

I kodningen af artiklerne til nedslagspunktet fremgår det, at en del af artiklerne italesætter køn, kønsroller og de værdier, der sættes i relation til køn. Den følgende analyse har hermed til formål at undersøge, hvordan udvalgte artikler italesætter fremstillingen af feminisme og bidrager til en forståelse af, hvordan køn er fremtrædende i 1995 til og med 1999. Der analyseres herudfra en storytelling om, at køn er under forhandling, og hvorledes denne storytelling bliver medskaber af diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*.

Særligt fremtrædende på tværs af artiklerne, er en italesættelse af kvinden i 90'erne og deres værdier, hvor kvinders rolle fremstår som værende kompleks og polysemisk, hvilket kan sættes i relation til tidligere italesættelse af 90'ers feminismen præget af individualisme, da det bliver et udtryk for at enkelte personers holdninger og adfærd er vidt forskellige, hvilke

bidrager til en kompleksitet i kvinderollen. Dette ses blandt andet i identificeringen af et narrativ om, at kvinder vil for meget og ikke kan alt, der i artiklerne eksempelvis kommer til udtryk i italesættelsen af, at kvinders indtog på arbejdsmarkedet har bidraget til komplekse familieforhold samt indre problematikker hos kvinden. Dette udtrykkes i italesættelsen af: "Mange piger på min alder føler, at de har fået dobbeltarbejde. Nu skal de både passe arbejdet og hjemmet og være gode elskere for at være rigtige kvinder" (Artikel 27), der indgår i en artikel om, hvordan kvinder kan kombinere det at have en karriere, børn og være hustru. Ved brugen af ordet "rigtige" konnoteres til, at der i samfundet er en iboende idé om, hvad den rigtige kvinde er, og at denne både har en karriere, har styr på hjemmet samt "er gode elskere". Ved brugen af ordet "dobbeltarbejde" bliver hjemmet og det at være en god elsker sidestillet med arbejde, hvormed disse fremstår som pligter for kvinden. Samtidig taler denne italesættelse ind i en stereotyp portrættering af stedet, hvor kvinder kæmper deres feministiske kampe, der oftest fremstilles som værende i hjemmet og på arbejdet (jf. afsnit 3.2.1). Dette kan være med til at understrege problematikken om dobbeltarbejde, da det herigennem ikke anses som et enkeltstående problem, idet det er en del af den feministiske kamp. Denne stereotype fremstilling ses yderligere i endnu en beskrivelse af kompleksiteten i kvinders rolle:

"Vis mig en tilfreds kvinde! En rigtig tilfreds kvinde. Hende, der høster frugten af kvindebevægelsens opgør. Hende, der kan få sit liv til at fungere - med karriere, børn, mand og elskov, familie og fritidsinteresser. Hende, der får det til at fungere uden at have dårlig samvittighed. Hende, der er perfekt, som er billedet på det ny årtusind kvinde, som styrer supercomputeren med højre hånd og tørrer numser med venstre - mens hun velklædt og med nylakerede negle smiler til sin mand" (Artikel 101).

Med denne italesættelse opstilles en ordre, idet læseren bliver bedt om at finde en tilfreds kvinde, der kan få alle aspekter af livet til at fungere uden at have dårlig samvittighed. Herudover udledes der, ved brugen af "billedet på det ny årtusind kvinde", en insisteren på, at der tidligere har eksisteret en rigtig tilfreds kvinde, hvortil målet for 90'ers feminister og kvinder generelt er at kunne indgå i de roller, karriere, børn, mand og elskov, familie og fritidsinteresser medfører og samtidig være en rigtig tilfreds kvinde i alle disse roller. Artiklen fortsætter med: "Hvor er hun henne?" (Artikel 101), hvormed den fastlægger, at læseren ikke vil kunne finde en sådan kvinde, hvorfor kvindens mange roller gøres uopnåelige. Dette understreges ved ytringen: "styrer supercomputeren med højre hånd og tørrer numser med venstre" (Artikel 101), hvormed familieliv og arbejde bliver opstillet som to elementer, der ikke kan udføres

samtidigt. I artiklerne understreges kompleksiteten i kvinders flere roller i samfundet, hvilket fremstår som en nærmest umulig opgave at løse, hvorved dette bidrager til konstruktionen af narrativet om, at kvinder vil for meget og ikke kan alt.

I forlængelse af dette trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller i udledningen af et narrativ om, at kvinderne har overtaget magten fra mændene. Dette ses eksempelvis i ytringen: "Kvinderne er godt på vej til at erobre æren og magten i al evighed, mens manden ligger tilbage og ømmer sig efter kvindeoprøret. De unge kvinder lærer lektien: »Kvinder kan alt og har ret til alt«" (Artikel 15), hvorigennem det beskrives at magten tages fra mændene, og myten understreger forståelsen af, at mændene traditionelt set har magten. Ved brugen af ordene "æren og magten i al evighed" trækkes derudover intertekstuelt på Fadervor, hvormed kvinderne i denne sammenhæng associeres med Gud i kristendommen. I denne ytring understreges et magtforhold, hvor "manden" benyttes i sammenhæng med verbet "ømmer sig", hvorimod "kvinderne" benyttes i sammenhæng med verbet "erobre", hvortil der trækkes interdiskursivt på en krigsdiskurs, der føjer til fremstillingen af kvindernes indtræden på arbejdsmarkedet som en besættelse af mændenes domæne. Hertil konstrueres således et narrativ om, at kvinderne har overtaget magten fra mændene, der er med til at understrege, at der i samfundet er sket et skift fra tidligere kønsroller. Lignende ytringer benyttes i flere artikler: "Men hvad sker der med kvindeligheden, når kvinderne indtager de mandlige bastioner, og lader de såkaldt kvindelige værdier sig overhovedet integrere i magtens verden?" (Artikel 3), "Det er på tide, at kvinder gør op med deres opfattelse af sig selv som magtesløse ofre i forhold til mænd og indrømmer, at de i de fleste situationer rent faktisk sidder inde med overmagten" (Artikel 26) samt "Men mændene har da måttet bære nogle af de omkostninger, der kommer af, at kvinderne forandrer sig. Det giver nogle rystelser i den enkelte mandsliv, når magten visse steder flyttes fra mænd til kvinder" (Artikel 53). Fælles for disse artikler er en fremstilling af, at kvinderne har bevæget sig til en mere magtfuld rolle i forhold til mændene, der gennem tidligere nævnte krigsdiskurs skaber en fremstilling af vindere og tabere – kvinderne, der har erobret og mændene der ømmer sig. Selvom kvinderne fremstilles som vindere i "krigen", sættes der stadig spørgsmålstegn ved kvindernes nye rolle, hvilket bliver et udtryk for, at betydningen af sejren ikke anerkendes og accepteres. Narrativerne om, at kvinder vil for meget og ikke kan alt samt at kvinderne har overtaget magten fra mændene, bidrager til en samlet storytelling om, at køn er til forhandling, idet kvindens mange roller forekommer

omdiskuteret, samtidig med at kvinderne har indtaget mandens rolle på arbejdsmarkedet, men ikke anerkendes for det.

I forlængelse af ovenstående forståelser af kønsroller finder vi, at flere af artiklerne opstiller et narrativ om kønsroller som værende irrelevante. Dette ses eksempelvis i: "Bare ordet 'køns-rolle'. Det giver en fornemmelse af, at vi spiller et teaterstykke, og at vi i morgen kan gå ind i garderoben og tage et nyt kostume på, siger han [Hans Bonde]" (Artikel 1). Artiklens omdrejningspunkt er en italesættelse af mænds ligestilling, hvortil overskriften lyder: "Han giver det tavse køn mæle" (Artikel 1), hvormed der refereres til, at Hans Bonde, daværende formand for en idégruppe i ligestillingsrådet, skal give mændene taleret. I ytringen sættes "køns-rolle" i sammenhæng med et teaterstykke, hvilket kan skabe konnotationer til noget falskt og konstrueret. Yderligere italesættes kønsroller gennem metaforen om køn som fangevogter:

"Vi kæmper alle med kønsrollen - opløst og fasttømret som den på én og samme gang er i dag [...] Som debatten kører, forekommer det mig [Susanne Possing, journalist], at både mænd og kvinder til tider agerer i en atmosfære som blandt indespærrede. Kunne det tænkes at være tilfældet? Og at fangevogteren hedder Køn?" (Artikel 111).

I ytringen trækkes interdiskursivt på en fængselsdiskurs, hvormed diskursen i sammenhæng med italesættelsen af køn bidrager til forståelsen af, at køn er noget der holder mænd og kvinder fast mod deres vilje. Ved brugen af pronominerne "vi" og "alle" understreges, at køn ikke er noget, alene kvinder eller mænd kæmper mod, men at det derimod er noget vi er fælles om. Lignende pointe kan udledes i artikler, hvor det italesættes, at individer er mennesker frem for deres køn (Artikel 11, 13, 23, 74 & 99). Et eksempel herpå er: "Vi er først og fremmest mennesker, dernæst køn" (Artikel 11), hvormed køn opstilles som værende det sekundære i forhold til mennesker. Denne italesættelse af køn som noget irrelevant findes yderligere i artikler med italesættelser som: "Ærlig talt har jeg aldrig betragtet debatten om kønsroller som særlig væsentlig" (Artikel 48), "for kønnet bestemmer ikke længere" (Artikel 71) og "Set gennem den optik har halvfemsernes kønsdebat været så subtil, at man kunne tro, at den ikke længere fandt sted" (Artikel 140). Gennem disse ytringer fremstilles kønsrollerne som uvæsentlige, hvor debatten ikke længere finder sted, hvorfor disse taler ind i narrativet om kønsroller som værende irrelevante.

Heroverfor fremstår der et mod-narrativ om, at opdelingen af køn er fordelagtig. Dette ses i ytringen: "Selv svarer hun, at det formålstjenlige ved spaltningen i to køn er, at de

gennem det hun kalder 'vekselvirkningen' gensidigt kan inspirere hinanden" (Artikel 13). I ytringen ses kønnene som noget positivt, og italesættes som "formålstjenlige", idet kønnene kan inspirere hinanden. Lignende kan udledes fra ytringen: "Kan man forsøgsvis kalde det en kønssag, og håbe på, at nogle af tidens mænd får lyst til at blande sig?" (Artikel 93), hvormed der opfordres til, at mænd i sammenhæng med kvinder kan bidrage til debatten. Hertil benyttes ordet "kønssag", som en ændring af ordet kvindesag, hvormed ordet kan skabe konnotationer til kvindesagen, og på den måde understrege pointen om både mænd og kvinders vigtighed. Artikel 71, der tidligere er inddraget med ytringen: "for kønnet bestemmer ikke længere" i sammenhæng med artiklens italesættelse af kønnets irrelevans, kan samtidig inddrages her til, idet artiklen ytrer: "Så fremfor at udvaske kønnenes forskelligheder bør vi i stedet finde mange forskellige måder, hvorpå kønnet kan udfoldes med stolthed, værdighed og respekt" (Artikel 71). Således kan det udledes, at artiklen konkluderer, at kønnene ikke længere fremstår vigtige, men at dette ikke er journalistens ønske, idet kønnet ikke skal "udvaskes", men derimod "udfoldes". Disse fremstillinger taler således ind i narrativet om, at opdelingen i køn er fordelagtig, da køn gensidigt kan inspirere.

Ud fra artiklernes italesættelse af køn, kønsroller og de værdier, der sættes i relation til køn, bliver betydningen af de udledte narrativer i storytelling, om køn under forhandling, en forståelse af køn som komplekse og til evig diskussion. Dette bliver ligeledes tydeligt i to subjektpositioner, der kommer til udtryk i, at kvinder ikke kan blive tilfredse samt fordele og ulemper ved kønsdebatten. Disse subjektpositioner og narrativer bliver en del af den diskursive formation af diskursen om, at *feminismen har sejret sig ihjel*. Dette udledes på baggrund af en fremstilling af, at køn og kønnenes roller forekommer komplekse fordi feministerne har vundet indtog på flere roller end tidligere, samt at feministerne har sejret så meget, at køn er blevet irrelevant eller blot til hinandens fordel.

7.2.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Ud fra ovenstående analyse finder vi, at artiklerne i nedslagspunktet Kvindekampen mister momentum opstiller storytelling, hvoraf to er: Rødstrømpebevægelsen som ekstremistisk over for 90'erne feminismen som demokratisk og 90'erne feministerne som influeret af rødstrømperne. Heri fremstilles to mod-narrativer om 90'erne feminister som blidere end rødstrømperne over for 90'ernes feminister som udemokratiske, hvilket giver udtryk for, at 90'ernes

feminisme har forskellige definitioner og formål og ikke er præget af en fælles kamp, men derimod ligger hos den enkelte kvinde. Yderligere italesættes det, at rødstrømperne har skabt muligheder for 90'ernes kvinder, samt at feminismen ikke er eksisterende på samme krigeriske måde som i 70'erne, hvilket bidrager til en fortælling om, at der ikke længere er en kamp, der skal kæmpes. Endvidere har vi udledt en storytelling om køn under forhandling, der konstrueres gennem fortællinger om kønsrollernes kompleksitet og kønnet som irrelevant, der afspejler en debat om kønnene, hvortil feminismen udviskes. De tre storytellinger bliver en del af den diskursive formation af diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*, hvori regime of truth bliver, at feminismen er blevet irrelevant idet kampen er vundet. Den identificerede diskurs i dette nedslag kan ses som et udtryk for postfeminisme, hvor den dominerende diskurs i nyhedsmedierne er et udtryk for et sammentræffende sæt af storytellinger om køn, feminisme og feminitet, der associeres med en afvisning af feminisme med begrundelsen, at ligestilling allerede er opnået, hvorfor feminismen har sejret sig selv ihjel. Samtidig ser vi dog, at artiklerne i dette nedslag italesætter og debatterer feminisme, hvormed de opnår opmærksomhed, og på den måde ikke er forsvundet fra mediebilledet, hvorfor der opstår en dobbelthed i italesættelsen af den manglende interesse i kvindekampen og kønnets rolle over for mediernes fortsatte dækning af feminisme som irrelevant. Dog ser vi ligeledes, at mens medierne præsenterer bestemte feministiske ideer som kvinder på arbejdsmarkedet og i lederroller, flyttes de til periferien, da mediebilledet i stedet er domineret af fremstillingen af de traditionelle kønsroller gennem italesættelser af blandt andet rollen som mor. Derudover italesættes feminisme i høj grad gennem narrativer om rødstrømperne, hvori feminisme fremstilles som fortidens historie, hvorigennem der ligeledes forekommer en fremstilling af feministen som drevet af fjendtlighed over for mænd. Mediernes italesættelse kan således ses som et udtryk for postfeminisme, hvor grundtanken er, at feminisme som ligestilling mellem kønnene, tages for givet som et allerede opnået mål, der derfor udtrykkes gennem diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*.

7.3. DEN FØRSTE KVINDelige STATSminister

Nedenstående analyse vil fokusere på specialets tredje nedslagspunkt, der har afsæt i perioden, hvor Danmark får sin første kvindelige statsminister. Analysen er opdelt i to dele, hvor første del vil tage afsæt i de kodede artikler (Bilag 3.2) og anden del tager udgangspunkt i tre opslag fra Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil (Bilag 4). Opslagene er udvalgt på baggrund af en kodning af temaer, for at klarlægge de diskurser Helle Thorning-Schmidt taler ind i på sin Facebookprofil, samt hvilke diskurser, der tales ind i, i kommentarsporet. Afslutningsvis vil de fremanalyserede diskurser blive sammenlignet med formålet om at se, hvordan de to forskellige medier diskursivt fremstiller feminisme.

7.3.1. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME I NYHEDSMEDIERNE

Analysen af artikler fra perioden, hvor Danmark får den første kvindelige statsminister, vil tage afsæt i 64 artikler (Bilag 2.3), hvor vi i nedenstående vil inddrage udvalgte artikler, der repræsenterer de mest fremtrædende temaer i artiklerne. Ud fra de kodede temaer opstilles to dele i analysen, hvorigennem vi finder storytelling om kønnets betydning i dansk politik, og at kvinder ikke kan have en karriere. På baggrund af de udvalgte artikler udleder vi, at den dominerende diskurs for perioden er, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, hvilket vil blive udfoldet i nedenstående.

7.3.1.1. KØNNETS BETYDNING I DANSK POLITIK

I det følgende vil artiklernes italesættelse af Danmarks første kvindelige statsminister, og køn i politik generelt, blive udfoldet, da dette er fremtrædende i de kodede artikler. I forbindelse med, at Danmark i 2011 får Helle Thorning-Schmidt som statsminister, italesætter flere artikler, at hendes køn ikke har spillet en rolle i hverken valgkampen eller i befolkningens stemme på hende. Inden valget beskrives omtalen af en eventuel kvindelig statsminister ud fra italesættelser såsom: "Politik handler først og fremmest om personer, ikke om køn [...] tillid til politikerne er langt vigtigere for danske vælgere end politikernes køn" (Artikel 1), og at, der ikke er forskning, der "[...] viser, at der er den store forskel på, om et land bliver styret af en mand eller en kvinde. Politikken er stort set den samme" (Artikel 2) samt "Det, at hun er kvinde, kommer ikke til at betyde noget" (Artikel 3). Herudfra fremgår det, at den danske befolkning ikke beskrives som værende optaget af en statsministers køn, men derimod i højere grad er

fokuseret på den politik, der skal ledes og tilliden til politikerne. Med afsæt i dette udledes et narrativ om, at dansk politik ikke er påvirket af politikerens køn. Dog fremstilles det på samme tid, at Helle Thorning-Schmidt er "et symbol, et ikon, en rollemodel" (Artikel 10), hvortil det i flere artikler nævnes, at en kvindelig statsminister vil have en "symbolsk" (Artikel 2, 4, 6, 9 & 13) værdi og betydning, samt at hun vil være en "rollemodel" (Artikel 1, 2, 10, 12 & 14) for kvinder i Danmark. Samtidig italesættes det, at Helle Thorning-Schmidt skriver "sig ind i historiebøgerne" (Artikel 7) og er "kronen på 100 års kvindekamp" (Artikel 19), hvormed vi udleder et narrativ om, at det er symbolsk og historisk, at Danmark har fået den første kvindelige statsminister. Herudfra udledes det, at dette narrativ er en diskrepans til narrativet om, at dansk politik ikke er påvirket af politikerens køn, idet der italesættes, at en kvindelig statsminister er af symbolsk betydning over for, at køn ikke betyder noget. Altså er narrativet om, at dansk politik ikke er påvirket af politikerens køn ikke i konflikt med, hvorvidt det er historisk, men i konflikt med, hvorvidt hendes køn betyder noget for vælgerne og for den politiske kultur, da det bliver et udtryk for, at køn betyder noget i politik. Samtidig ses en italesættelse af, at "Hun må endelig ikke skuffe, for det vil nemlig skade alle kvinder [...]" (Artikel 10), samt at "Der påhviler [...] et enormt ansvar som statsleder; hun må for Guds skyld ikke skuffe feministerne" (Artikel 10), hvortil det understreges, at hun har et stort ansvar for ikke at "skuffe feministerne", for det vil "skade alle kvinder". Artiklerne fremsætter således en diskussion om, hvorvidt det ikke er af betydning, at Helle Thorning-Schmidt er kvinde eller om kønnets betydning. Det fremstilles eksempelvis ved udtalelsen: "Selvfølgelig betyder det noget, at Helle er en kvinde - uanset hvilken politik, hun fører [...]. For gu er det ej en naturlighed, at kvinder har magt" (Artikel 1), hvori der i brugen af ordet "selvfølgelig" tolkes en holdning om, at det naturligvis får en betydning, at Danmark har fået den første kvindelige statsminister. Samtidig understreges dette i ytringen "gu er det ej en naturlighed, at kvinder har magt", hvor der udledes en bestemt holdning til, hvordan kvinders rolle i samfundet er. Ydermere tales der ind i magtrelationer, idet der interdiskursivt trækkes på en diskurs om, at det ikke er en naturlighed, at kvinder har magt. Hermed trækkes således på et historisk forankret kønsforhold, hvor det er manden, der er den overlegne og har magten, og kvinden den underdanige.

Til trods for at der er en vis uenighed om, hvorvidt det er skelsættende, at Danmark får sin første kvindelige statsminister, er det tydeligt, at italesættelsen og fremstillingen af Helle Thorning-Schmidt, og hendes køn, får plads i artiklerne. Her fokuseres blandt andet på Helle Thorning-Schmidts udseende og påklædning, hvilket kommer til udtryk i ytringer som: "hun

klæder sig neutralt" (Artikel 1), "[...] tårnhøje hæle i timelange tv-debatter" (Artikel 5), "Hun prøver at se så neutral ud som muligt" (Artikel 7), "[...] stå i spadseredragt og tårnhøje hæle (Artikel 12) og "den første statsminister med langt hår, neglelak og håndtaske" (Artikel 15). Ved at sætte fokus på, at hun iklæder sig "neutralt" og i "spadseredragter", "holder sig oprejst på tårnhøje hæle" og er den første statsminister med "langt hår, neglelak og håndtaske", italesættes en bemærkelse af den kvindelig statsministers udseende, hvori hendes køn sættes i fokus. Denne italesættelse forekommer ydermere i artikel 11, hvori der refereres til en Se og Hør artikel, hvor det ytres: "Den perfektionistiske Gucci-Helle er altid tækkeligt klædt og ser præsenterabel ud [...]" (Artikel 11). Betegnelsen "Gucci-Helle" kan i sammenhæng med "tækkeligt klædt" og "præsenterabel" bidrage til en fremstilling af, at Helle Thorning-Schmidt vurderes ud fra hendes påklædning og udseende, frem for hendes erhverv, hvorigennem det fremstår som en reducere af hendes politiske præstationer og image. Samtidig er Gucci kendt som et luksusmærke, der er forbundet med eksklusivitet og rigdom, hvilket ikke er i overensstemmelse med de idealer om lighed og solidaritet, Helle Thorning-Schmidt og hendes parti, Socialdemokratiet, repræsenterer. Brugen af Gucci-Helle kan således læses som en ironisk undertone, der bruges i kritik eller latterliggørelse af hendes måde at gå klædt og opføre sig på, hvorfor Gucci-Helle udledes at være et øgenavn til Helle Thorning-Schmidt, idet det bruges som uvenlig eller drillende omtale. Med afsæt i tidligere italesættelse af Helle Thornings-Schmidts påklædning samt brugen af Gucci-Helle, konstrueres et narrativ om, at en kvindelig statsminister bliver bedømt på sit udseende. Narrativerne taler tilsammen ind i en storytelling om kønnets betydning i dansk politik, idet det udledes, at Helle Thorning-Schmidt i højere grad bliver vurderet ud fra kvindelige idealer frem for politiske. Dette kan igen ses som en diskrepans til narrativet om, at dansk politik ikke er påvirket af politikerens køn, idet en kvindelig statsminister, bedømt på sit udseende, bliver et udtryk for, at køn har en betydning for italesættelsen af politikere og dermed udledes at have betydning for dansk politik og den politiske kultur.

I flere artikler fremgår det, at der eksisterer en ironisk og nedværdigende undertone i beskrivelserne af Helle Thorning-Schmidt, der eksempelvis kommer til udtryk i ytringen: "[...] lade sig fotografere [...] med hovedet ud af palævinduet ligesom dronningen" (Artikel 23). Her fremstilles et billede af Helle Thorning-Schmidt som agerende kongelig, gennem en sammenligning af hendes handlinger med dronningen. Dette kan fremstå ironisk i og med, at det kan blive en beskrivelse af, at magten er steget Helle Thorning-Schmidt til hovedet, idet hun

indtager en magt, hun ikke er berettiget til. Tilsluttende hertil ses i udtalelser af professor og forsker i maskulinitet, Hans Bonde, der skriver debatter og kronikker, og optræder i flere af de kodede artikler i nedslagspunktet. Han udtaler eksempelvis: "Hvis nogen skulle være i tvivl, så er Helle Thorning Schmidt blevet statsminister, fordi hun er en ung, smuk, lyshåret kvinde. Hun er kejserinden uden tøj på, hvis inkompetence var skyld i regeringens håbløse håndtering af sagen om den københavnske betalingsring" (Artikel 28) og "[...] ved at hente kvinder ind uden den nødvendige erfaring og politiske hærddom. Det bliver for glat og konturløst" (Artikel 31). Gennem brugen af udtryk som "inkompetence", "håbløse" og "uden den nødvendige erfaring" fremstilles Helle Thorning-Schmidt som uegnet i rollen som statsminister. Samtidig omtaler Hans Bonde, at grunden til, at Helle Thorning-Schmidt blev valgt som statsminister er, at hun er en "ung, smuk, lyshåret kvinde", hvilket fremstiller hende som udelukkende at have ydre kvaliteter og dermed ingen politiske kvalifikationer. Her tales igen ind i narrativet om, at en kvindelig statsminister bliver bedømt på udseendet. Endvidere trækker ytringen "kejserinden uden tøj på" på en intertekstuel reference til H.C. Andersens eventyr om Kejserens nye klæder, hvorigennem der skabes en fremstilling af Helle Thorning-Schmidt som selvoptaget og forfængelig, og som en, der ikke kan se sine egne ikkeeksisterende evner. I denne fremstilling tales ind i et narrativ om, at Helle Thorning-Schmidt er uden de rette kvalifikationer til en post som statsminister, fordi hun er en smuk kvinde.

Flere af artiklerne taler derudover ind i et narrativ om, at politik er domineret af mænd. Dette argumenteres ud fra artiklerne, hvor køn i politik italesættes og fremstilles, ved udtalelser som: "Man kan tale om, at der stadig findes politikere og kvindelige politikere" (Artikel 45), samt at "det fortsat er mændene, der dominerer" (Artikel 54). Ved italesættelsen af "politikere og kvindelige politikere", bidrages til en fremstilling af, at der er forskel på politikere alt efter deres køn. Denne forskel ses, idet kvinders politiske erhverv defineres i sammenhæng med kønnet, hvorimod manden blot defineres som politiker. Hertil tales ind i en myte om, at politikere er mænd, hvori der ligger en understregning af, at det tidligere har været bestemt, at det er manden, der er den kompetente leder og ikke kvinden. Derudover trækkes der i brugen af "stadig" og "fortsat" på en intertekstuel reference til at det politiske system historisk er opbygget og styret af mænd, der er med til at understrege, at der er en historisk ulighed mellem kønnene, og at der endnu ikke er lighedstegn mellem kønnene i politik.

Forskellen på mandlige og kvindelige politikere italesættes yderligere gennem medier-nes spørgsmål og fokus, der ved kvindelige politikere omhandler familieforhold og udseende (blandt andet 2, 18, 45, 47, 48, 55 & 64). Dette udtrykkes eksempelvis af Christina Fiig, forsker i køn og politik, gennem ytringen: "Der bliver skrevet meget om kvindernes udseende og fami-lieforhold. Ting, som pressen sjældent ville fokusere på, hvis politikeren var en mand. Der skrives ofte om skønhed, kavalergange, tøj og familien [...] og det finder de kvindelige politi-kere diskriminerende" (Artikel 2). I italesættelsen af spørgsmål om familien, trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller samt en myte om kvinden som omsorgsfuld, hvorigennem der skabes en forståelse af, at kvinden stadig har familien som omdrejningspunkt frem for karrieren. Derudover taler italesættelsen af "skønhed", "kavalergang" og "tøj" ind i en opstil-ling af kriterier, pressen bedømmer kvindelige politikere ud fra. Dette taler således ind i det tidligere udledte narrativ om, at en kvindelig statsminister bliver bedømt på sit udseende, hvor det her blot bliver et mere generelt narrativ, der gælder for alle kvindelige politikere og ikke kun statsministeren. Samtidig er disse italesættelser med til at konstruere narrativet om, at politik er domineret af mænd, idet det understreges, at emner som udseende og familieforhold ikke diskuteres ved mandlige politikere. Dette skaber igen en storytelling om kønnets be-tydning i dansk politik og fremsætter, at kvindelige politikere primært er deres udseende og familie – og derfor ikke passer ind i rollen som politiker.

De fremanalyserede narrativer taler ind i en storytelling om kønnets betydning i dansk politik, hvorigennem kvinders egenskaber vurderes ud fra påklædning og udseende, der tydeliggør, at de er uegnede til politik sammenlignet med manden. Gennem storytelling forekommer en diskrepans mellem fremstillingerne af, hvorvidt køn bliver vurderet som havende betyd-ning i politik, hvori italesættelsen af kønnet dog vidner om, at det tillægges betydning, idet det får en plads i nyhedsmedierne. Storytelling bliver en del af den diskursive formation, hvori diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede* produceres. Selvom der konstrueres en storytelling om kønnets betydning i dansk politik, skabes denne gennem ytringer fra artikler, der ikke nødvendigvis har en holdning om, at kvinder ikke hører til i politik. Storytelling kan derfor samtidig være med til at udfordre sandheden i diskursen, da artiklerne trækker på og taler ind i denne i en beskrivelse af, at Helle Thorning-Schmidt netop er en kvinde i politik. Da italesættelsen af Helle Thorning-Schmidt som kvinde fremkommer på baggrund af en

dækning af hende som kvindelig leder på højeste plan, kan diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede* således virke paradoksal.

7.3.1.2. KVINDER KAN IKKE HAVE EN KARRIERE

I forlængelse af ovenstående analyse af, hvordan Danmarks første kvindelige statsminister og køn i politik fremstilles i udvalgte artikler, finder vi, at artiklerne omtaler kvinder generelt, hvor kvindens egenskaber og rolle i samfundet sættes over for manden. Derudover italesætter artiklerne kvindernes rolle i samfundet. Følgende vil undersøge, hvordan der i italesættelsen af disse temaer, konstrueres en storytelling om, at kvinder ikke kan have en karriere, og hvorledes denne bidrager til produktionen af diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*.

Vi finder i artiklerne et narrativ om, at kvinder ikke kan tages seriøst, hvilket blandet andet konstrueres gennem beskrivelser af kvinders fremtoning i forbindelse med erhvervslivet: "Så når kvinder er moderlige, pligtopfyldende eller tilbageholdende, så opfattes det, som om at de er mindre leder egnede" (Artikel 14), "Der er i øjeblikket en tendens til, at nydelige unge kvinder med minimal erfaring vælges til store poster pga. den friskhed og frihed, som deres køn menes at rumme. Kvinden bliver opfattet som en råvare frem for et individ" (Artikel 30) og "[...] at hun skal skrue ned for den røde læbestift, hvis hun vil tages seriøst" (Artikel 43). Her italesættes kvinder med adjektiver som "moderlige", "pligtopfyldende", "tilbageholdende", "nydelige", samt gennem substantiver som "unge", "friskhed", "frihed" og "læbestift", hvori kvinder fremstilles som mindre egnede, og mere som en råvare for erhvervslivet, og hvis de skal tages seriøst, skal de bevæge sig væk fra traditionelle kvindeidealer. Disse beskrivelser trækker på en stereotyp fremstilling af kvinder ud fra ydre attributter, hvor der her er fokus på udseende frem for egenskaber, der kan bidrage til en banalisering af kvinderne og deres positioner, og herigennem er med til at understøtte fremstilling af dem som mindre egnede til erhvervslivet. I disse beskrivelser af kvinder, skabes konnotationer til, at kvinder ikke er andet end deres køn, og at hvis de vil tages seriøst, så skal de gå uden om alt det, der fremhæver deres køn. I sammenhæng med denne fremstilling af kvinder italesættes de ligeledes som "moderlige", hvormed der skabes konnotationer til moderskabet. Flere af de udvalgte artikler fokuserer på beskrivelser af moderskabet (Artikel 5, 14, 17, 18, 24, 40, 50, 53 & 58), hvorigennem der konstrueres et narrativ om moderskabet som kvindernes obligatoriske pligt. I

artiklerne trækkes interdiskursivt på, at kvindens biologiske formål er moderskabet, hvilket blandt andet kommer til udtryk i beskrivelser som: "Mange kvinder betragter børn som en del af deres private ejendomsret. Deres børn - det er ikke fars og mors fælles børn. Det er kvindernes" (Artikel 40), samt i italesættelsen af "Den dårlige samvittighed over ikke at kunne lave leverpostej eller få orgasme og at være en dårlig mor, fordi man har et arbejde i stedet for at gå hjemme med sine børn" (Artikel 50). Her bliver moderskabet både betegnet som kvindernes ret og pligt, idet der ved beskrivelsen af børnene som kvindernes "private ejendomsret", udledes, at kvinder har eneret og magt over moderskabet. Samtidig italesættes moderskabet som deres pligt, da det at have et arbejde ved siden af rollen som mor medvirker til dårlig samvittighed, grundet en følelse af, at man ikke kan være en god nok mor. Gennem fremstillinger af moderskabet konstrueres et narrativ om moderskabet som kvindens obligatoriske pligt, hvori både det at have arbejde og være mor fremstilles som udfordrende og derfor føjer til en forståelse af, at kvinder ikke kan opfylde rollen som erhvervskvinde og mor på samme tid.

I artiklerne forekommer ligeledes et udtryk for et narrativ om, at mænd er mest kvalificerede til lederroller, der blandt andet ses i følgende: "Når vi taler om ledere, så taler vi om mænd, og vi forventer ikke, at en kvinde kan være leder og kvinde samtidig" (Artikel 14) samt "[...] fremstille kvinden som et svageligt individ, der på kunstig vis skal hjælpes frem i systemet, og det er jo oplagt, at en kvinde, der er havnet i en bestyrelse via kvoteordning, vil blive mistænkt for ikke i sidste ende at være dygtig nok" (Artikel 29). Heri opstilles en generel forståelse af, at kvinder ikke kan lede på baggrund af deres køn, idet kvinden er et "svageligt individ" og "skal hjælpes". Endvidere skaber udtrykket "er havnet i" konnotationer til, at kvinder tilfældigt er kommet til en lederrolle, de ikke har kompetencer til. Over for kvinden italesættes manden som værende den fødte leder, idet der udtrykkes: "Når vi taler om ledere, så taler vi om mænd". Opstillingen af kvinden over for manden trækker på en myte om de traditionelle kønsroller, hvor manden er på arbejdsmarkedet, mens kvinden er i hjemmet. Herigenem konstrueres narrativet om, at mænd er mest kvalificerede til lederroller, hvilket udelukkende er vurderet på baggrund af køn, med afsæt i fremstillingen af, at manden er den fødte leder og kvinden kun er havnet i lederrollen ved en tilfældighed. Udledte narrativer konstruerer storytelling om, at kvinder ikke kan have en karriere, hvilken bidrager til den diskursive formation af diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, idet der skabes et regime of truth om, at kvinder ikke er lige så kompetente i erhvervslivet som mænd, fordi de ikke kan

balancere moderskabet med arbejdslivet, samt udelukkende får lederroller grundet tilfældigheder og ikke kvalifikationer.

7.3.1.3. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Ud fra diskursanalysen af nyhedsmediernes fremstilling af den første kvindelige statsminister finder vi, at der opstilles to storytellinger om henholdsvis kønnets betydning i dansk politik og at kvinder ikke kan have en karriere. Gennem analysen af storytelling om kønnets betydning i dansk politik udledes, at artiklerne i høj grad fokuserer på diskussionen af kønnets betydning i politik, hvortil det tydeliggøres at kvinders kvalifikationer italesættes ud fra deres påklædning og udseende modsat mændenes, hvorfor kønnet tillægges betydning. Denne storytelling understøttes i analysen af storytelling om, at kvinder ikke kan have en karriere, idet det udledes, at artiklerne fremviser at kvindeidealet og moderskabets pligt gør kvinder mindre kompetente i erhvervslivet sammenlignet med mænd. De to storytellinger bliver en del af den diskursive formation, der bliver medskabende af regime of truth i diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*. Dette da de i samspil bidrager til en forståelse af, at der forekommer større krav og forventninger til kvinder i store lederroller og erhvervslivet generelt, selvom det er en kvinde, der er statsminister. Selvom artiklerne ikke nødvendigvis tilslutter sig en subjektposition om, at kvinder ikke er kompetente, skabes der, gennem italesættelsen af det, et regime of truth om, at kvinder ikke bliver anerkendt for at være lige så kompetente som mænd.

7.3.3. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME PÅ FACEBOOK

I forlængelse af ovenstående analyse af nyhedsmediernes diskursive fremstilling af feminisme i tredje nedslag, vil der i nedenstående blive analyseret udvalgte opslag fra Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil, idet dette nedslagspunkt er det første af vores udvalgte perioder, hvor de sociale medier kan blive en faktor. Dette med formålet at få en bedre forståelse for den diskursive fremstilling af feminisme i den undersøgte periode, hvori sociale medier kan bidrage til et bredere medie billede. De analyserede opslag er udvalgt med afsæt i kodningen af Helle Thorning-Schmidts opslag på Facebook i den undersøgte periode (Bilag 4), hvortil vi har udvalgt tre opslag, der fungerer som repræsentanter for de kodede kategorier politiske begivenheder, valg i 2015 og politiske mærkesager. De tre opslag består af et billede, en tilhørende billedtekst samt et kommentarspor, hvor der inddrages udvalgte kommentarer ud fra

vores kodning (Bilag 4). Analysen har til formål at undersøge, hvorledes Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil producerer en diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået* og en diskurs om, *hvad en kompetent leder er*, samtidig med, at kommentarsporet kan blive medskaber af nyhedsmediernes diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*.

7.3.3.1. POLITISKE BEGIVENHEDER

I følgende afsnit analyseres, hvorledes diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået* udfolder sig i et opslag fra 8. marts 2015 fra Helle Thorning-Schmidts Facebook, inden for den udledte kategori omhandlende politiske begivenheder. Til opslaget medfølger et billede og en opslagstekst, der kan ses nedenfor, samt et udvalg af kommentarer fra tilhørende kommentarspor med 614 kommentarer (Bilag 4).



I år er det 100 år siden, at kvinder fik valgret. Siden dengang har vi faktisk kun haft 67 kvindelige ministre. 42 havde jeg til frokost på Marienborg i dag. Forandringer tager tid. Ligestilling handler om, at vi skal bruge alle talenter i vores samfund. At vi er lige meget værd og har de samme muligheder. Vi er kommet langt - men vi er ikke i mål. Der er stadig holdninger,

der skal flyttes. Der er stadig stereotyper og klichéer. Dem oplever alle kvinder - i skolen, på arbejdspladsen og i offentligheden.

Vi har stadig meget, vi skal nå. God 8. marts.

Ud fra billedets visualitet ser vi, at der konstrueres et narrativ om, at kvinder står sammen, hvilket kommer til udtryk, idet billedet viser 42 kvinder, der står side om side med den kvindelige statsminister forrest i midten. Opstillingen skaber konnotationer til klassiske fællesbilledeopstillinger, hvor dette billede kan sættes i sammenhæng med opstillingen til klassebilleder, familie billeder og billeder af kongefamilien, hvori personerne på disse billeder optræder som en fælles enhed med et bestemt tilhørsforhold, hvorfor billedet udledes at udtrykke et sammenhold. I sammenhæng med opslagets tekst, skabes en forståelse for, at det er 42 kvindelige ministre, der er samlet foran Marienborg i anledning af Kvindernes internationale kampdag. Teksten er således med til at forankre billedets kontekst, idet visualiteten på det konnotative niveau udtrykker en forsamling af glade kvindelige nuværende og forhenværende ministre, der markerer en mærkedag. Ved at markere Kvindernes internationale kampdag, trækkes interdiskursivt på en politisk diskurs om ligestilling mellem kønnene, der er med til at fremstille begivenheden som væsentlig. Det konnotative niveau er i sammenhæng med opslagstekstens italesættelse af "Vi er kommet langt" med til at fremstille, at vi i Danmark er nået langt siden kvinderne fik stemmeret for 100 år siden. Dette sættes dog over for "men vi er ikke i mål", hvorfor der udtrykkes, at der endnu ikke er ligestilling. Dette kommer yderligere til udtryk idet, der i teksten skrives: "Forandringer tager tid", "Der er stadig holdninger, der skal flyttes" og "Vi har stadig meget, vi skal nå", hvorudfra vi udleder et fokus på, at der til trods for at have været 67 kvindelige ministre siden kvinder fik ret til at stemme, stadig er holdninger, der modarbejder lige rettigheder mellem kønnene i samfundet, men at dette er en længere proces. Samtidig er ytringen: "Siden dengang har vi faktisk kun haft 67 kvindelige ministre", hvor brugen af "faktisk kun" påpeger det absurde i, at der stadig er lang vej endnu. Ydermere italesættes, at kvinder stadig er underlagt "stereotyper og klichéer", og at det er noget alle kvinder oplever, omend de befinder sig "i skolen", "på arbejdspladsen" eller "i offentligheden". Heri trækkes på en myte om de traditionelle kønsroller, hvorigennem stereotyper og klichéer kan forstås. Samtidig trækkes på en stereotyp fremstilling af steder, hvor feministiske handlinger er lokaliseret, hvormed stederne bliver et udtryk for, hvor den feministiske kamp finder sted. Således konstrueres et narrativ om, at kvinder stadig låses fast af

stereotyper og klichéer. Opslagets italesættelse af, at der er lang vej endnu samt konstruktionen af narrativet, udledes at tale ind i en diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, da disse er betydningsdannende for, hvordan kvindernes kamp for lige rettigheder endnu ikke har sejret, fordi der stadig findes stereotyper og klichéer.

I forlængelse af den udledte diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, ønsker vi at undersøge, hvorledes opslagets kommentarspor taler ind i en digital storytelling om, at uligheden mellem mænd og kvinder fastholdes, der bliver medproducent af denne diskurs samt diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*. I kommentarsporet fremgår forskelligartede holdninger og ytringer, der både er skrevet af mandlige og kvindelige brugere. Helle Thorning-Schmidt omtales blandt andet gennem ytringerne: "Sådan! Vores statsminister har format 😊" (Kommentar 7), "Du har format Helle" (Kommentar 10), "Så sejt du er vores første kvindelige statsminister! Et forbillede for alle kvinder" (Kommentar 30) og "Ja, og det flot at vi har en stærk og flot kvinde i statsministeriet. Hun har skulle stå for meget i sine år som statsminister, bl.a. fordi hun er kvinde" (Kommentar 19). Gennem brugen af vurderende adjektiver som "format", "forbillede", "stærk" og "flot" udledes et udtryk for bekræftende reaktioner om Helle Thorning-Schmidt som person. Disse reaktioner sættes i sammenhæng med, at hun er "kvinde" og "statsminister" på samme tid, hvorfor det fortolkes at være ytringer, der både kommenterer på hendes ydre og rolle som leder. Hermed udledes et narrativ om, at den kvindelige statsminister er en foregangskvinde.

Yderligere sættes der i forbindelse med opslaget spørgsmålstejn ved, hvor mange mandlige ministre, der har været i alt: "Men Helle har man så også et tal for hvor mange ministre der i alt har været i perioden???" (Kommentar 2), "Hvor mange mandlige ministre har der så været i samme periode?" (Kommentar 11), "Dejligt billede 😊 Hvor mange mandlige ministre har der været i samme periode?" (Kommentar 23), hvormed disse forekommer som retoriske spørgsmål, idet afsenderne ikke forventer svar, da det formodes, at de er bevidste om, at der har været langt flere mandlige ministre end kvindelige. Dette udledes som en tilslutning til Helle Thorning-Schmidts opslagstekst: "har vi faktisk kun haft 67 kvindelige ministre", hvor kommentarerne er med til at understrege pointen om, at der er lang vej igen, i en italesættelse af, hvor få kvinder, der har været ministre. Her trækkes interdiskursivt på en historisk myte om, at politik var styret af mænd, i en understregelse af uligheden mellem mænd og kvinder i politik. Hermed italesættes det, at der ikke er skabt ligestilling mellem mænd og kvinder

endnu, hvilket ligeledes ytres i flere kommentarer fra kvinder: "Det eneste vi kan gøre Helle er at fortsætte med at kæmpe sammen. Bedre vilkår for kvinder!! OG at mænd ikke er mere værd på arbejdsmarkedet end vi kvinder og slet ikke i kroner og øre 😊👍" (Kommentar 5). Gennem brugen af "kæmpe sammen" tales ind i et fællesskab gennem brugen af en krigsdiskurs, om at fortsætte kampen for ligestilling mellem mænd og kvinder, hvilket gennem brugen af emojis "😊👍", udledes at være en kamp, der glædeligt tages og skal kæmpes i fællesskab. Gennem fremstillingen af forskellen på mænd og kvinder i politik, samt italesættelsen af en fælles kamp, konstrueres et narrativ om, at kampen for ligestilling skal kæmpes i fællesskab, der kan være medskaber af diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*.

I kommentarerne konstrueres yderligere mod-narrativer, der udspringer af kommentarer fra mandlige afsendere i form af: "Skide da være med kvindernes ligestilling. De får deres vilje alligevel på en eller anden måde [...]" (Kommentar 28) og "[...] nu har de, desværre, mest magtfulde mennesker i Danmark i årevis været kvinder. Kan kvinder få luft? husk, at du er alles statsminister - ikke kun kvinders!" (Kommentar 29). Ved brugen af "Skide da være med", "De får deres vilje alligevel" og "desværre" om kvindernes ligestilling i samfundet bidrages til en forståelse af, at kvinderne desværre har fået deres vilje og dermed magt i samfundet. Kommentarens brug af "husk, at du er alles statsminister - ikke kun kvinders!", fremstiller ydermere kvinder som havende et mere snævert syn, idet der udledes en forståelse af, at kvinder kun tænker på kvinder og glemmer mændene. Heri ligger en indirekte italesættelse af, at mænd i statsministerrollen vil være mere objektive og tænke på hele befolkningen, der trækker på en myte om, at normen er, at mænd besidder rollen som statsminister. Fremstillingerne er med til at skabe et narrativ om, at kvinder ikke skal være statsminister. Dette narrativ udledes hermed at være et mod-narrativ om, at kampen for ligestilling skal kæmpes i fællesskab, idet italesættelsen af kvindernes opnåede magt fremviser en ufrivillighed for at deltage i fællesskabet om kampen for mere ligestilling mellem kønnene.

I interaktionerne i kommentarsporet fremkommer flere diskussioner, hvor der ligeledes tales ind i mod-narrativer, hvilket eksempelvis ses i kommentar 22, hvor en kvindelig bruger skriver: "Tror også hvis hele verden blev regeret af kvinder var der ikke krig" (Kommentar 22), hvilket skaber en fremstilling af kvinder som mere fredelige end mænd, hvorfor de ville handle anderledes, hvis de havde magt. Hertil trækkes på en myte om kvinden som den blide

og omsorgsfulde over for manden som hård og krigerisk, der understøtter fremstillingen. Til dette kommenterer en mandlig bruger:

“Laila du tager fejl. Er der tre kvinder samlet er der krig på kniven. Det eneste tidspunkt de tre kan blive enige på er hvis der også er en mand til stede. Det de kan blive enige om er at han ihvertfald ikke har ret. Og det gælder selv om han blot gentager hvad en af de tre kvinder tidligere har sagt” (Kommentar 22).

Her hævdes det, at kvinder ville skabe mere krig, hvis der ikke var mænd til stede. Dette synspunkt antyder, at kvinder ikke kan enes og er mere tilbøjelige til at være uenige og konfliktsøgende end mænd, hvorigennem der trækkes på en myte om catfight, der er med til at understrege fremstillingen af, at kvinder ikke kan enes med hinanden. Til ovenstående interaktion, kommenterer en anden kvindelig bruger:

“Så alle de verdenskrige som er opstået under mandlige ledere gennem verdenshistorien skyldes...? Ja, det er et latterligt argument at krige opstår fordi mænd har magt. Ligeså latterligt er det at påstå at kvinder kun kan enes hvis en mand er til stede. Nu kan vi kvinder jo godt tænke selv, og vi behøver ikke en mands input for at kunne have velovervejede og intelligente holdninger” (Kommentar 22).

Her afvises begge de foregående synspunkter, hvortil der udtrykkes, at det ikke handler om køn, og at kvinder er i stand til at tænke selv uden en mands input. Diskussionen mellem disse tre synspunkter forstås som interaktion, der bliver et udtryk for en præsentation af brugernes identitet, idet kommentarerne udtrykker subjektiv information om brugernes egne tanker, følelser og holdninger til Helle Thorning-Schmidt samtidig med, at det mest af alt bliver en diskussion omhandlende kvinder generelt. Brugerne anvender således Helle Thorning-Schmidts opslag som anledning til at diskutere deres syn på kvinder som ledere, politikere og beslutningstagere generelt. Vi ser et udtryk for, at den sociale medielogik connectivity kan påvirke måden, hvorpå der skabes forståelser af kvinder i Danmark, gennem Facebooks mulighed for at vælge andre at kommunikere med ud fra personlige synspunkter. Dette giver muligheden for at skabe egne skræddersyede sociale netværk og fællesskaber, hvor fællesskabet her består i en interesse for kvinder som ledere, politikere og beslutningstagere. Det er således gennem logikken connectivity, at det bliver muligt, at der i denne diskussion fremvises tre forskellige subjektpositioner, der er henholdsvis, at kvinder er mere fredelige end mænd, at kvinder er konfliktsøgende, samt at krig og konflikt ikke afhænger af kønnet. Dette fremviser, at køn stadig spiller en rolle i samfundet, og at der er forskellige opfattelser af, hvordan køn

påvirker handlinger. Derudover bliver det et udtryk for, at individer indtager forskellige positioner, hvilke påvirker, hvordan verden opfattes og hvordan der ageres og interageres i forskellige situationer. Interaktionerne skaber således mod-narrativer der omhandler, hvorvidt det er mænd eller kvinder, der er årsag til krig, hvori de sociale mediers logikker programmability og connectivity skaber mulighed for forskellige tilgange til narrativet, der udtrykkes gennem interaktion og diskussion i kommentarer. Herigennem taler disse interaktioner ind i den digitale storytelling om, at uligheden mellem mænd og kvinder fastholdes, der omhandler, at kvinder ikke skal være statsminister samt hvorvidt det er mænd eller kvinder, der er årsag til krig.

Da de digitale storytellinger skabes på baggrund af individers deltagelse i narrativer, kan storytellingene blive en måde at skabe opmærksomhed på ligestilling ud fra personlige oplevelser og holdninger. Facebooks logikker bidrager således til, at brugere gennem kommentarer kan deltage i skabelsen af diskursen, og derigennem kan være medskabende af fortolkningen og repræsentationen af den information, Helle Thorning-Schmidt deler i sit opslag. Dette ses udtrykt i produktionen af diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, hvor begge storytellinger bliver en del af den diskursive formation heri. Dog taler storytelling om, at uligheden mellem mænd og kvinder fastholdes, samtidig ind i den diskurs, der ligeledes blev identificeret i nyhedsmedier om, *at kvinder ikke er kompetente til at lede*, idet fastholdelsen af uligheden udtrykkes gennem en fremstilling af, at kvinder ikke kan håndtere at have magt.

7.3.3.2. VALG I 2015

I nedenstående afsnit vil Helle Thorning-Schmidts Facebookopslag fra den 5. juni 2015 blive analyseret, som et eksempel indenfor den udledte kategori valg i 2015. Vi har i analysen af Helle Thorning-Schmidts eget opslag identificeret en digital storytelling om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat, hvortil vi ønsker at undersøge, hvorledes opslaget taler ind i diskursen om, *hvad en kompetent politisk leder er*. Derudover ønsker vi at undersøge, hvordan det tilhørende kommentarspor med 201 kommentarer tilslutter sig diskursens subjektposition, men samtidig modsiger den. Opslagets billede og tekst kan ses nedenfor, mens udvalgte kommentarer kan tilgås i bilag 4.



Her er der nogen, som gerne vil bruge deres stemmeret 😊

Fantastisk grundlovsdag i Ollerup på Fyn.

På billedet identificeres et narrativ om Helle Thorning-Schmidt som en troværdig og vellidt partiformand, der blandt andet konstrueres gennem billedets konnotative niveau. På det konnotative niveau forstås den afbildede gruppe af mennesker, stående omkring Helle Thorning-Schmidt, i den hvide skjorte, som tilhængere af hende og det politiske parti Socialdemokratiet, hun repræsenterer. De fremstår som tilhængere, da de er iført røde T-shirts med partiets symbol – et A i en rød cirkel – samt holder et andet klassisk symbol på partiet – en rød rose. Med afsæt i dette skabes konnotationer til fanbilleder, kendte mennesker får taget med deres fans, hvilket igen er med til at konstruerer narrativet om, at hun som partiformand er troværdig og vellidt, idet de unge kvinder formodentligt har ønsket et billede med hende. I sammenhæng med opslagens tekst: “Her er der nogen, som gerne vil bruge deres stemmeret” forankres billedets betydning, idet teksten giver medbetydning til billedet, så det forstås, at der er valg i Danmark, og at denne gruppe kvinder aktivt vælger at bruge deres stemmeret under

valget. Her understøttes støtten til Helle Thorning-Schmidt og Socialdemokratiet igen, idet billedet og teksten i sammenhæng skaber konnotationer til, at kvinderne iført de socialdemokratiske symboler, stemmer på Socialdemokratiet ved valget. Herudover trækkes i tekstens brug af "grundlovsdag" på en intertekstuel reference til grundloven, idet grundlovsdag er en årligt tilbagevendende fejring af indførelsen af den første danske grundlov. Med afsæt i dette skabes et narrativ om det demokratiske danske samfund, hvori også unge kvinder stemmer. Opslagets billede og tekst konstruerer således to narrativer: et narrativ om Helle Thorning-Schmidt som en troværdig og vellidt partiformand, samt et narrativ om det demokratiske danske samfund, hvortil begge taler ind i en digital storytelling om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat. Dette bidrager til den diskursive formation af diskursen om, *hvad en kompetent politisk leder er*, hvorigennem Helle Thorning-Schmidt i sit opslag kan trække på denne diskurs for at fremstille sig selv som den gode statsministerkandidat. Storytelling bliver her et udtryk for Helle Thorning-Schmidts egen fremstilling af sig selv som statsministerkandidat ved valget i 2015, da det er gennem hendes eget opslag på hendes Facebookprofil, at denne digitale storytelling identificeres.

Ud over Helle Thorning-Schmidts valg af billede samt tekst til opslaget ser vi, at kommentarsporet i høj grad er præget af kommentarer, der udtrykker tilsluttende ytringer til Helle Thorning-Schmidt som statsminister, ved blandt andet at skrive: "Du vinder Helle 🌹" (Kommentar 9), "Du skal Vinde igen" (Kommentar 10) samt "Helle du skal vinde igen!" (Kommentar 12). Ved at udtrykke, at der er et ønske om, at hun endnu engang skal vinde Folketingsvalget, opbygges et narrativ om, Helle Thorning-Schmidt som en god statsminister, der italesættes gennem et ønske om, at hun bliver det igen. Ydermere understøttes dette narrativ af udtryk som: "Du ser så brandgodt ud i denne valgkamp Helle 🌹" (Kommentar 8), "[...] du gør det godt Helle. Er stolt af at Danmark har en statsminister som dig" (Kommentar 11) samt "Fantastisk valgkamp og strategi. Du når hele vejen rundt. Huskede jeg, at fortælle dig, at du er et, ikke helt så lille ikon, på Europas himmel" (Kommentar 1). Brugen af ord og udtryk som "du gør det godt", "fantastisk" og "stolt" er med til at opbygge en fremstilling af, at Helle Thorning-Schmidt er politisk kvalificeret, der i sammenhæng med udtryk som: "Du ser brandgodt ud" er med til at skabe et narrativ om, at Helle Thorning-Schmidt har hele pakken. I kommentar 1 italesættes Helle Thorning-Schmidt som et "ikon, på Europas himmel", hvilket skaber konnotationer til en person, der anerkendes for sin status, der ligeledes udledes at tale ind i

narrativet om, at hun har hele pakken. De to narrativer, der konstrueres ud fra de inddragede kommentarer, bidrager igen til den digitale storytelling om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat, da de bygger på en fremstilling af en godkendelse af hendes daværende rolle som statsminister samt en fremstilling af, at hun har alt, hvad det kræver at have denne rolle. Denne storytelling bliver medproducent af diskursen om, *hvad en kompetent politisk leder er*, gennem tilslutningen til opslagets fremstilling af Helle Thorning-Schmidt som en kompetent politisk leder.

I modsætning til storytellingen om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat fremgår holdninger og interaktioner, der bidrager til konstruktionen af en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister. Dette udtrykkes blandt andet ved italesættelser som: "Du er for arrogant og meget udygtig...min stemme får du ikke [...] hun er den svageste statsminister i mands minde" (Kommentar 2), "Skvadderhoved" (Kommentar 7), "Enig bliver jeg aldrig med hende" (Kommentar 13) og "[...] tænk lige at bag det smil er en falsk smil og løfter. Du får ikke min stemme" (Kommentar 17). Gennem brugen af ord som "arrogant", "udygtig" og "svageste" skabes der konnotationer til en person, der ikke kan udstås, hvilket er med til at understrege en fremstilling af Helle Thorning-Schmidts inkompetence i forbindelse med rollen som statsminister. Ydermere kommer det til udtryk i kommentarer, hvori flere brugere interagerer med hinanden ved at svare på hinandens kommentarer. Eksempler herpå er: "Du er en kompetent kandidat til 4 år mere", hvortil der svares: "Ikke hvis jeg kunne bestemme" (Kommentar 3), samt: "Sikke en masse smilende mennesker. Hvad har du lovet dem?", hvortil der svares: "Ihvertfald ikke noget hun har tænkt sig at holde 😊" (Kommentar 5). I kommentarerne skabes konnotationer til, at Helle Thorning-Schmidt opfører sig overlegent og ikke er kvalificeret til at være statsminister, hvorved de taler ind i et narrativ om en inkompetent statsministerkandidat, der ikke holder hvad der loves. Udledte narrativ konstruerer en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister.

Udledte digitale storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister, kan ses som værende uden for den digitale storytelling om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat. Der ses gennem opslaget og de tilhørende kommentarer således et udtryk for to forskellige subjektpositioner, hvor et subjekt positionerer sig ud fra en forståelse af Helle Thorning-Schmidt som inkompetent, hvilket står over for

den anden subjektposition med forståelsen af Helle Thorning-Schmidt som både kvalificeret og troværdig. Vi ser herigennem igen et udtryk for, at opslagets kommentarspor bliver medproducent af to forskellige diskurser, hvor den digitale storytelling om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat bidrager til den diskursive formation af diskursen om, *hvad en kompetent politisk leder er*. Samtidig konstruerer flere af kommentarerne en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister, hvilket fremviser en modsatrettet subjektposition, hvorfor diskursen udfordrer, hvorvidt Helle Thorning-Schmidt er kompetent eller ej.

7.3.3.3. POLITISKE MÆRKESAGER

Nedenstående analyse tager afsæt i kategorien politiske mærkesager, hvor et opslag fra 8. marts 2013 fra Helle Thorning-Schmidts Facebook er et eksempel på denne kategori. Vi har i analysen af dette opslag udledt to digitale storytellinger om en international politisk kamp for kvinders rettigheder og Helle Thorning-Schmidt som en inkompetent statsminister, hvortil vi ønsker at undersøge, hvorledes disse kan ses som producerende for diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*. Opslaget består af en visualitet i form af et billede og derudover en opslagstekst, der begge kan ses nedenfor, samt et tilhørende kommentarspor med 808 kommentarer (Bilag 4).



I dag markerer vi, at der stadig er brug for at kæmpe for kvinders rettigheder. Det gælder ikke mindst i et land som Tanzania. I går talte jeg med en gruppe masai-kvinder. De lever et hårdt liv.

En simpel ting som at skaffe drikkevand til familien er en daglig udfordring for den enkelte kvinde. Jeg er stolt over, at en stor del af den danske bistandshjælp er rettet mod at hjælpe kvinder i verdens fattigste lande. God 8. marts.

Ud fra opslagets billede ses en overordnet visualitet, der konstruerer et narrativ om, at kvinder støtter kvinder, hvilket kommer til udtryk på billedets konnotative niveau. Ud fra en konnotativ læsning forstås det, at billedet forestiller en gruppe glade kvinder, der klapper i deres hænder. Samtidig bliver det på det konnotative niveau tydeligt, at Helle Thorning-Schmidt er i udlandet, hvilket ydermere forankres af opslagsteksten, der netop beskriver, at hun sidder med "en gruppe masai-kvinder" i "Tanzania". Hertil tales med opslagsteksten ind i kampen for kvinders rettigheder, og at det især er en kamp, der skal kæmpes i "verdens fattigste lande". Ved brug af adjektiver som "kæmpe", "hårdt" og "udfordring" understreges det, at de kvinder, Helle Thorning-Schmidt skriver om og sidder med på billedet, lever et hårdt liv, der er præget af udfordringer, hvor de hver dag må kæmpe for deres rettigheder. Dette særligt gennem ytringen om, at der "stadig er brug for at kæmpe", der trækker interdiskursivt på en

krigsdiskurs, og er med til at understrege, hvordan kvinder gennem tiden har skulle kæmpe for at få de samme rettigheder som mænd, hvorigennem vigtigheden af kampen for kvinders rettigheder tydeliggøres. Ligeledes konstruerer ytringen: "En simpel ting som at skaffe drikkevand til familien er en daglig udfordring for den enkelte kvinde", et narrativ om, at det stadig er kvindens opgave at passe familien – her italesat gennem udfordringen i at skaffe drikkevand til familien, hvilket kan siges at tale ind i en myte om de traditionelle kønsroller, hvori kvinden netop er den hjemmegående husmor, der passer og sørger for familien. Udover at trække på en myte om kønsroller, trækkes der interdiskursivt på en politisk diskurs gennem fremhævelsen af "kvinders rettigheder" og "den danske bistandshjælp". Gennem den politiske diskurs understreger Helle Thorning-Schmidt med opslaget, at Danmark er med til at hjælpe i kampen om kvinders rettigheder med blandt andet bistandshjælp. Narrativet om, at kvinder støtter hinanden bliver således udvidet gennem denne politiske diskurs, hvori Helle Thorning-Schmidt bidrager til en fremstilling af sig selv som en kvinde, der støtter andre kvinder, også i udlandet – hun er således ikke blot Danmarks statsminister, men varetager også kampen for bedre rettigheder i andre lande. Dette understøttes af ytringen "God 8. marts", der kan ses som en interdiskursiv reference til Kvindernes internationale kampdag, hvilket ligeledes taler interdiskursivt ind i en politisk diskurs, der sætter fokus på, at kvinders rettigheder rundt om i verden er på Danmarks dagsorden. Dette kan blive et udtryk for, at Helle Thorning-Schmidt qua sin rolle som statsminister, har et politisk afsæt i sin fremstilling af kvinders rettigheder, hvormed der konstrueres et narrativ om, at kampen for kvinders rettigheder er på den politiske dagsorden.

Gennem Helle Thorning-Schmidts billede og dertilhørende tekst konstrueres således tre narrativer om, at kvinder støtter kvinder, at det stadig er kvindens opgave at passe familien, samt at kampen for kvinders rettigheder er på den politiske dagsorden, der alle taler ind i en digital storytelling om en international politisk kamp for kvinders rettigheder. Med denne storytelling, der har afsæt i et internationalt perspektiv i forhold til kvinders kamp, bidrages til en forståelse af, at det ikke er i Danmark kampen for kvinders rettigheder skal kæmpes, men at det derimod er i lande som Tanzania. Storytelling bliver her et udtryk for Helle Thorning-Schmidts egen fremstilling af sine og Socialdemokratiets mærkesager, idet det er gennem hendes eget opslag, at denne digitale storytelling identificeres. Storytelling bliver således medproducent af den diskursive formation af diskursen om, at *politisk ligestilling*

endnu ikke er opnået, gennem italesættelsen af, at der stadig skal kæmpes for kvinders rettigheder og ved at trække på politiske diskurser.

Hvor der i ovenstående analyse af Helle Thorning-Schmidts opslag fremanalyseres et fokus på den politiske kamp for kvinders rettigheder, retter tilhørende kommentarspor fokus mod statsministeren, hvorigennem der identificeres en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister. Denne konstrueres blandt andet af et narrativ om Helle Thorning-Schmidt som en skrækkelig kvinde, gennem ytringer som: "Hej Helle. Jeg synes du lugter" (Kommentar 20), "ko" (Kommentar 21), "Dumme kælling" (Kommentar 22), "Kaster op i lårtykke stråler - du er sgu noget for dig selv Helle :(" (Kommentar 23), "Få det kvindemenneske væltet af pinden, hun er en skændsel" (Kommentar 25), "1 stk. So sælges/bortgives" (Kommentar 26), "Bliv der nede din klamme sæk" (Kommentar 28), "Helle du er da en dum ko" (Kommentar 29), og "din kost!" (Kommentar 31). Kommentarerne brug af ord som "kælling", "so", "sæk" og "kost" udledes i høj grad at være kønsbetonede, hvorfor de skaber konnotationer til en strid, rapkæftet og hysterisk kvinde. Sættes disse i sammenhæng med de andre anvendte ord som "lugter", "ko", "Kaster op", "skændsel", "klamme" og "dum", udledes at kommentarerne taler ind i en myte om, at kvinder er kællinger. Myten tolkes at blive anvendt til at nedgøre Helle Thorning-Schmidt gennem nedsættende kønsbetonede ord, og forstås ydermere som at være en del af en stereotyp om, at kvinder er irrationelle, hysteriske eller følelsesmæssigt ustabile, der taler ind i en stereotyp dæmonisering af feminister, hvilket er medskabere af et narrativ om Helle Thorning-Schmidt som en skrækkelig kvinde. Dette da kommentarerne bruger nedsættende udtryk om Helle Thorning-Schmidt, og dermed forsøger at nedgøre hende som person, i stedet for at fokusere på hendes politiske arbejde eller holdninger. Mens narrativet har afsæt i en vurdering af Helle Thorning-Schmidt som person, kan myten og de valgte udtryk skabe en kobling mellem hende og kvinder generelt, hvorfor kommentarerne ligeledes kan ses som afspejlende af en holdning, der betragter kvinder som mindreværdige og ikke egnede til at have magt og indflydelse.

Kommentarsporet konstruerer derudover et narrativ om, at Helle Thorning-Schmidt prioriterer forkert, der fremkommer i kommentarer, der taler ind i holdninger om, at Helle Thorning-Schmidt ikke gør sit arbejde godt, og at hun bør fokusere på, hvordan det står til i Danmark og ikke i udlandet: "Hvad med og kom hjem og rydte op i al det rod du har lavet her" (Kommentar 8), "Men det er da flot at du kan sidde der og smile og lege klappekage mens det

hele falder fra hinanden herhjemme” (Kommentar 13) og “Hjælp de fattige i Danmark først” (Kommentar 18). Udtryk som “det rod du har lavet” og “det hele falder sammen herhjemme” skaber konnotationer til et kaos, der ikke er nogen, der tager sig af, hvoraf Helle Thorning Schmidt ligeledes fremstilles som værende årsagen til kaosset, hvilket taler ind i narrativet om, at Helle Thorning-Schmidt prioriterer forkert. Hertil pointeres, at det er skuffende, at hun kigger ud i verden, før hun får styr på, det “rod” hun har lavet, der forårsager, at “det hele falder sammen herhjemme”. Kommentarerne bliver således et udtryk for en modvilje mod Helle Thorning-Schmidts fokus på internationale anliggender og en opfordring til, at hun i stedet bør fokusere på de problemer, hun har forårsaget i Danmark. I forlængelse heraf fremanalyseres ydermere et udtryk for en sammenligning med diktatoriske ledere: “Propaganda af værste skuffe. Jeg mindes filmoptagelser af andre diktatorer, der klapper børn på hovedet” (Kommentar 33), hvor referencen til propaganda skaber konnotationer til informationsdeling, der anses at være usand eller ensidig. Hertil er brugen af den intertekstuelle reference til “andre diktatorer” med til at understrege en holdning om, at brugeren opfatter Helle Thorning-Schmidt som en diktatorisk propagandist. Kommentaren antyder således en mistillid til hendes ledelsesevner, hvormed der tolkes en marginalisering af hendes synspunkter som politiker og leder af et demokratisk styre. Kommentarsporets udledte narrativer taler alle ind i en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister, idet hun fremstilles som en skrækkelig kvinde, havende forkert prioritering og være diktatorisk i sin styreform, hvilket fremviser en subjektposition, der ikke tilslutter sig den diskurs Helle Thorning-Schmidts opslag producerer.

Ud fra ovenstående identificeres gennem opslaget en digital storytelling om en international politisk kamp for kvinders rettigheder, samt i kommentarsporet en digital storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister. Der ses gennem opslaget og kommentarerne således to forskellige omdrejningspunkter. Helle Thorning-Schmidts opslag fokuserer på en fremstilling af en politisk mærkesag om, at kvinder skal støtte kvinder i alle lande i kampen mod de traditionelle kønsroller, ved at få kampen for kvinders rettigheder på den politiske dagsorden, hvori subjektpositionen finder sandhed i netop denne politiske kamp for alle kvinders rettigheder. Deroverfor ses i kommentarerne en subjektposition, der finder sandhed i en forståelse af Helle Thorning-Schmidt som inkompetent statsminister, der bygger på to årsager. Mens flere kommentarer konstruerer et narrativ om, at Helle Thorning-Schmidt

som leder prioriterer forkert i sit politiske fokus, der således indeholder en anden subjektposition, samt fremstår som et modsvar til den politiske mærkesag, Helle Thorning-Schmidt selv fremstiller i hendes opslag, omhandler en del af kommentarerne samtidig en fremstilling af hende som en skrækkelig kvinde. Denne fremstilling bidrager således med en mere personlig tilkendegivelse af holdninger, der ikke nødvendigvis knytter sig til det politiske, der ses fremstillet i opslaget. Forskellen på opslagets og kommentarsporets fremstilling af Helle Thorning-Schmidt bunder således i en politisk fremstilling over for en mere personlig og holdningspræget fremstilling. Da disse personorienteret fremstillinger ikke ses som værende de dominerende, ser vi, at begge storytellingen bliver en del af den diskursive formation af diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, da begge giver udtryk for en kamp for ligestilling, dog med forskelle i, hvorvidt fokus skal være internationalt eller nationalt.

7.3.3.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Med afsæt i ovenstående analyse af udvalgte opslag på Helle Thorning-Schmidts Facebook-profil udledes det, at Helle Thorning-Schmidt anvender sine opslag til at skabe en digital storytelling om, at kvinder i fællesskab kæmper for ligestilling, om Helle Thorning-Schmidt som en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat og om en politisk kamp for kvinders rettigheder. Hertil trækkes på en politisk diskurs, hvorfor opslagene bliver et udtryk for, at Helle Thorning-Schmidt anvender sin Facebook til at tale ind i sin politiske holdning frem for personlige holdninger. I de tre opslags tilhørende kommentarspor, skabes digitale storytellingen om, at uligheden mellem mænd og kvinder fastholdes, en kvalificeret og troværdig statsministerkandidat og at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister, hvilke kommer til udtryk gennem subjektpositioner, der fremviser narrativer med divergerende meninger. Vi ser i analysen af Helle Thorning-Schmidts opslag på Facebook et udtryk for, at der tales ind i to forskellige diskurser: *politisk ligestilling som endnu ikke opnået* og *hvad en kompetent politisk leder er*. Samtidig finder vi, at kommentarsporet til de tre opslag taler ind i diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, samt konstruerer en storytelling om, at Helle Thorning-Schmidt er inkompetent som statsminister, hvilket fremviser divergerende subjektpositioner, hvorfor det herudfra udledes, at den diskurs Helle Thorning-Schmidt trækker på i sine opslag, ikke er meningsfuld for modtagerne. Analysen af Helle Thorning-Schmidts opslag bliver hermed et udtryk for, at Facebook som platform bidrager til, at modtagerne kan udtrykke

og diskutere forskellige subjektpositioner, og den mening brugerne finder sandhed i, hvorfor der ikke nødvendigvis identificeres én diskurs på Helle Thorning-Schmidts Facebook profil.

7.3.5. SAMMENLIGNING

I følgende sammenlignes de udledte diskurser fra artiklerne i nyhedsmedierne og opslag fra Helle Thorning-Schmidts Facebook. I analysen af artiklerne konstruerer udledte narrativer en storytelling om, at kvinder stadig bliver italesat gennem de myter, kønnet historisk er blevet pålagt, hvorfor diskursen i nyhedsmedierne for denne periode identificeres som, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*. I analysen af de tre udvalgte opslag fra Helle Thorning-Schmidts Facebook, produceres der i samspillet mellem opslagens elementer, en diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, samt en diskurs om, *hvad en kompetent leder er*. Gennem involveringen af brugerne i kommentarsporet, forekommer divergerende subjektpositioner, der både finder mening i opslagens diskurs samt mening i det modsatte om, at Helle Thorning-Schmidt og kvinder generelt, ikke er kompetente til at lede. Det kan her udledes, at kommentarsporet gennem konstruktionen af storytellinger om ulighed mellem mænd og kvinder samt Helle Thorning-Schmidt som en inkompetent leder, bliver medproducenter af nyhedsmediernes diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*. Dette kommer eksempelvis til udtryk i kommentarsporet, der omtaler kvinder generelt, hvor mænd fremstår som normen og kvinder som en form for det utraditionelle køn til at have magten, hvilket ligeledes gør sig gældende i analysen af nyhedsmedier, hvor mænd omtales som "politikere" og kvinder som "kvindelige politikere". Normen i forbindelse med lederroller og magt, bliver således italesat som værende mandens domæne. Dog bliver kommentarsporet ikke alene producent af diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, idet det kun er første opslags kommentarspor, der skaber narrativer om kvinder i lederroller, mens de resterende to har fokus på Helle Thorning-Schmidt som person, og dermed ikke kvinder generelt. Så selvom Helle Thorning-Schmidt skaber diskurser om, *hvad en kompetent leder er* samt, at *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, forekommer diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede* stadig dominerende, idet Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil ikke formår at skabe en generel diskurs om kvinder med magt, men derimod konstruerer storytellinger om sig selv som politisk person. Samlet set viser begge analyser, at der eksisterer forskellige diskurser og subjektpositioner vedrørende kvindelige politikere og deres kompetencer.

7.4. METOO-BEVÆGELSEN

Nedenstående analyse vil fokusere på specialets fjerde nedslagspunkt, der har afsæt i fremstillingen af MeToo-bevægelsen i Danmark. Analysen er opdelt i to, hvor første del vil tage afsæt i de kodede artikler (Bilag 3.4), der omhandler kvinder som ofre og onde samt, at MeToo er gået over grænsen. Anden del vil tage afsæt i tre udvalgte opslag fra tre forskellige offentlige personer (Bilag 5), der italesætter MeToo på deres egne Instagramprofiler, for at fremanalysere fremstillingen af MeToo, samt hvordan kommentarsporet forholder sig hertil. Afslutningsvis vil de fremanalyserede diskurser blive sammenlignet med formålet om at undersøge, hvordan de to forskellige medier diskursivt fremstiller feminisme.

7.4.1. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME I NYHEDSMEDIERNE

I nedenstående fremgår analysen af det fjerde nedslagspunkt MeToo-bevægelsen, der har afsæt i 137 artikler fra august 2020 til og med 2022 (Bilag 2.4). Analysen tager udgangspunkt i en kodning af disse artikler, hvoraf vi inddrager udvalgte, der repræsenterer de fremkodede temaer, der kan ses i bilag 3.4. I følgende fremanalyseres en dominerende diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, der produceres gennem storytelling om kvinder som ofre, kvinder som onde og at MeToo er gået over grænsen.

7.4.1.1. KVINDER SOM OFRE

Dette afsnit har til formål at præsentere artiklernes fremstilling af kvinder i forbindelse med sexisme, da dette forekommer fremtrædende på tværs af kodningen af artiklerne til nedslaget. I artiklerne udledes en storytelling om kvinder som ofre, hvilket kommer til udtryk gennem konstruktionen af et narrativ om kvinder som sarte og et narrativ om, at MeToo-bevægelsen er baseret på bagateller. Disse narrativer kommer eksempelvis til udtryk i italesættelsen af, at sexismedefinitionen er blevet for bred: "Og har kritikerne ikke en pointe i, at sexismedefinitionen er blevet for bred, og at man bør skelne mellem et klap i røven og en lummer joke, hvis ikke debatten skal mudres til?" (Artikel 14). Artiklen inddrager personer, der støtter bevægelsen mod sexisme, men forfatteren fremstår i artiklen kritisk overfor dem ved at opstille spørgsmål som dette. Dette kan særligt ses ved brugen af "ikke", "for" og "bør", hvortil der fremsættes en holdning om, at kritikerne netop har en pointe, og at dette ikke er et neutralt spørgsmål. I spørgsmålet ligger således også, at de der finder debatten konstruktiv og god,

ikke kan skelne mellem “et klap i røven og en lummer joke”, hvormed den lumre joke bagatelliseres, og narrativet om, at MeToo-bevægelsen er baseret på bagateller konstrueres. I og med at debatten i høj grad har været styret af kvinder, kan det udledes, at de, der ikke kan skelne her, er kvinder, hvormed kvinder kommer til at fremstå som værende for følsomme i deres forståelse af, hvad sexismen er. Bagatelliseringen af de lumre jokes ses i flere artikler, og blandt andet i følgende eksempel: “Men hvis en kollega kommer og siger: 'Hvor har du nogle smukke bryster', så kan jeg ikke se, at det skulle være grænseoverskridende [...] Vi bliver nødt til at få noget sund fornuft ind” (Artikel 7). Her sættes spørgsmålstegn ved, at en sådan kommentar kan ses som grænseoverskridende, hvilket igen taler ind i en fremstilling af, at kvinder er for følsomme i deres forståelse af, hvad sexismen er. Flere af artiklerne anvender derudover eksemplet om en hånd på låret (blandt andet artikel 20, 27, 40, 55 & 67), som en måde at italesætte sexismen. Dette indgår ligeledes i narrativet om, at kvinder er blevet for sarte, idet det blandt andet italesættes i sammenhæng med hysteri og at det skygger for egentlige krænkelse:

“Jeg kan også være bange for, at det uklædelige hysteri kan komme til at skygge for egentlige overgreb og krænkelse. Dem skal vi da helt klart have slået ned på, men en hånd på låret?! Det må kvinder altså lære selv at tackle” (Artikel 20).

I sætningen sættes kvinders reaktion til en hånd på låret sammen med “uklædelige hysteri”, hvorigennem det konnoteres, at kvinder overreagerer. Her trækkes på en stereotyp fremstilling af feminister, hvori disse dæmoniseres gennem italesættelsen af dem som hysteriske. Dette italesættes yderligere som at fjerne fokus fra egentlige overgreb og krænkelse, hvorigennem “en hånd på låret” bagatelliseres til ikke at være en egentlig krænkelse. Denne fremstilling forekommer ligeledes i andre artikler gennem: “Jeg er en stærk kvinde, og jeg kan godt håndtere en sjofel kommentar i kopirummet og en hånd på låret til julefrokosten” (Artikel 55) og “Hvis man i 10 eller 12 år kan gå og gruble over og være forarget over, at en mand lagde sin hånd på låret af én, uden man ønskede det, så har man ganske enkelt oplevet for lidt i sit liv” (Artikel 67). I artikel 55 ytres, at fordi forfatteren af artiklen er en stærk kvinde, kan hun godt håndtere en hånd på låret, hvormed hendes ytring bidrager til en fremstilling af, at de kvinder der ikke kan håndtere en hånd på låret er svage. Lignende opstilles i artikel 67, hvor de kvinder, der bliver forarget over en hånd på låret, er kedelige. I begge artikler fremstår det, at man som kvinde skal kunne holde til en hånd på låret, hvilket bidrager til narrativet om, at kvinder i MeToo-bevægelsen er for sarte, når de ikke kan håndtere dette. Idet flere artikler italesætter

“en hånd på låret” som den krænkelse, MeToo-bevægelsen kæmper mod samtidig med, at handlingen bagatelliseres, udledes i artiklerne en forståelse af, at MeToo-bevægelsen er baseret på bagateller og sarte kvinder frem for reelle overgreb. Her trækkes på en stereotyp fremstilling af kvinder og feminister som ofre ved at sætte dem i sammenhæng med fremstillinger af overgreb, og hvordan de portrætter sig selv som ofre i disse situationer, hvilket er med til at understrege fremstillingen af kvinderne i de to narrativer, der således bliver medskaber af en storytelling om kvinder som ofre.

7.4.1.2. KVINDER SOM ONDE

På tværs af artiklerne identificeres yderligere en storytelling om kvinder som onde, hvilket kommer til udtryk gennem narrativer om, at kvinder er skræmmende væsner og om, at kvindebevægelsen degraderer manden. Narrativet om, at kvinder er skræmmende væsner kommer eksempelvis til udtryk i italesættelsen af kvinder som monstre: “Nu må kvinderne stoppe! Hvor må mændene snart gå hen? - Mine medsøstre opfører sig afskyeligt - som monstre” (Artikel 20). I denne artikel er overskriften spørgsmålet “Er det gået for vidt?”, hvor artiklen stiller dette spørgsmål til fem udvalgte kvinder. Ytringen er således udtryk for én af de udvalgte kvinders holdning. Overskriften i artiklen bidrager dog til en antydning af, at bevægelsen er gået for vidt, i og med at det er præmissen i spørgsmålet, hvilket kan have indflydelse på resten af artiklens indhold. I sammenligningen af kvinder som monstre, trækkes intertekstuel på forståelsen af monstre som unaturlige og skræmmende væsner, hvilket således skaber konnotationer til kvinder som værende netop dette. Denne fremstilling understreges yderligere i brugen af adjektivet “afskyelig”. Den intertekstuelle reference til monstre samt anvendelsen af ordet “afskyelig” bidrager således til konstruktionen af et narrativ om, at kvinder er skræmmende væsner, der i sammenhæng med artiklens overskrift kobles til kvinders handlinger i forbindelse med sexismen. I ytringen opstilles samtidig spørgsmålet: “hvor må mændene snart gå hen?”, hvormed narrativet om, at kvinder er skræmmende væsner, understøttes, gennem en forståelse af, at kvinders handlinger går ud over mændene.

Fortællingen om, at kvinders handlinger går ud over mændene, ses ligeledes i italesættelsen af mænds karriere: “Kvinden agerer anklager, vidne og dommer i en proces, hvor mænd kan få smadret deres karriere” (Artikel 67), hvorigennem portrættingen af kvinden som både anklager, vidne og dommer i samme sag, skaber konnotationer til en uretfærdig og absurd sag, hvor kvinderne har taget magten. Endvidere bidrager brugen af adjektivet “smadrer”

til en forståelse af, at kvindens magt ikke blot forværrer mandens muligheder, men fuldstændig ødelægger dem. Udsagnet er således med til at skabe et narrativ om kvinder som onde, der har afsæt i, hvordan kvinders handlinger påvirker mændene. Flere artikler har fokus på MeToo-bevægelsens betydning for manden, der kommer til udtryk gennem verber, der beskriver kvindens eller bevægelsens indflydelse på manden: "diskrimination af mænd" (Artikel 16), "beskylder mænd" (Artikel 32), "udskamme mænd" (Artikel 40), "fjerne mænd" (Artikel 40), "kastration - af sig selv og alle mænd" (Artikel 41), "dæmoniserer manden" (Artikel 74) og "fordumme mænd" (Artikel 114). Med disse italesættelser fremstår det, at bevægelsen har haft konsekvenser for mændenes placering i samfundet, idet de blandt andet bliver fordummet, udskammet og fjernet. Fremstillingen af manden som kastreret af kvinden skaber konnotationer til, at manden gøres magtesløs og svag, der skaber et narrativ om, at kvindebevægelsen degraderer manden. Denne fortælling understreges af referencen til en dæmonisering af manden, hvor dæmonisering forstås med udgangspunkt i dæmon, og derfor skaber konnotationer til ondskab. Ovenstående italesættelser af bevægelsens konsekvenser for manden taler ind i narrativet om, at kvindebevægelsen degraderer manden, idet ytringerne fungerer som beskrivelser af det, kvinden og bevægelsen gør mod manden. Således bidrager fortællingen om kvindernes degradering af manden til storytelling om de onde kvinder.

Storytellingerne om kvinder som ofre og kvinder som onde indgår i den diskursive formation af diskursen om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, idet de to storytelling taler ind i to forskellige fremstillinger af kvinder i MeToo-bevægelsen, der baseres på diskussioner om kvinders problemer med sexismen og hvorvidt det har taget overhånd og har konsekvenser for manden. Det fremgår således som en debat om, hvad sexismen er, samt hvorvidt sexismen er relevant, hvor der forekommer en subjektposition som finder sandhed i, at MeToo-bevægelsen ikke er relevant, idet udfordringerne bagatelliseres og kvinderne opfører sig som ofre og onde, hvor artiklerne italesætter det som kvindernes eget problem.

7.4.1.3. METOO ER GÅET OVER GRÆNSEN

På tværs af artiklerne forekommer en italesættelse af MeToo-bevægelsens fokus og handlinger, hvilket bidrager til en konstruktion af en storytelling om, at MeToo er gået over grænsen. Storytelling konstrueres gennem fremstillingen af narrativerne om, at MeToo-bevægelsen

er gået for vidt, at MeToo-bevægelsen er blevet urealistisk og at der er et forkert fokus i MeToo-debatten.

Narrativet om at bevægelsen er gået for vidt, forekommer som gennemgående i artiklerne, og konstrueres eksempelvis gennem italesættelsen af MeToo i sammenhæng med hysteri: "hysterisk" (Artikel 7), "Metoo-hysteriet" (Artikel 18), "det uklædelige hysteri" (Artikel 20) og "Lige nu er det hysterisk" (Artikel 85). Ved brugen af ordet hysteri refereres til en historisk forståelse af hysteri som en sygdom, der knytter sig til livmoderen, og derfor blev forstået som en kvindesygdom. I en nutidig sammenhæng ses hysteri ikke længere som en kvindesygdom, men benyttes stadig til beskrivelser af kvinder, gennem en myte om kvinden som hysterisk. I dag skaber ordet således konnotationer til en overdrevet og teatralisk opførsel. Idet kvinder fremstilles som hysteriske og havende en overdreven opførsel i forbindelse med MeToo-bevægelsen, bidrager til en forståelse af, at bevægelsen er et kvindeproblem, der er blevet overdrevet. Denne forståelse er med til at bagatellisere de problematikker, der kæmpes for i MeToo-bevægelsen, da bevægelsen beskrives som værende drevet af hysteriske kvinder, og at problemerne i den derfor er overdrevet, hvilket igen understreger den stereotype dæmonisering af feminister. Herigennem er den med til at konstruere narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt. Dette narrativ konstrueres yderligere gennem italesættelsen af MeToo-bevægelsen som en heksejagt (Artikel 10, 21, 31, 41 & 76). Et eksempel på dette er: "De seneste dage og uger har været en rædselsfuld heksejagt, som ingen steder hører hjemme" (Artikel 41). Gennem brugen af referencen til heksejagt trækkes interdiskursivt på en historisk diskurs, hvori der ligger en forståelse af, at hekse blev forfulgt og gjort til synde-bukke på trods af, at de var uskyldige. Således bliver fortællingen om MeToo-bevægelsen, at bevægelsen jagter uskyldige uden belæg for det, men blot fordi de udgør en trussel. Dette taler ligeledes ind i narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt, idet der gennem den interdiskursive reference understreges urimeligheden i MeToo-bevægelsens handlinger. Narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt, skaber en forståelse af, at MeToo er gået for vidt, fordi bevægelsen er drevet af hysteriske kvinder, der jagter uskyldige mænd, og er herigennem med til at skabe storytellingen om, at MeToo er gået over grænsen.

Narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt konstrueres yderligere gennem direkte italesættelse af netop dette: "[...] hov hov, nu går det for vidt" (Artikel 14), "[...] debatten »er ved at gå over gevind«" (Artikel 25), "MeToo er gået over gevind" (Artikel 27), "[...] #MeToo version 2 er gået langt over strengen" (Artikel 41), "[...] sexismedebatten er gået over

gevind" (Artikel 61), "[...] »Er MeToo gået for vidt?«" (Artikel 64), "[...] gået amok [...]" (Artikel 75) og "[...] det lidt er noget pjat" (Artikel 132). Artiklernes indhold fremstår hertil ikke som havende holdningen, at MeToo er gået over for vidt, men trækker i de nævnte italesættelser på, at der er en sådan holdning i samfundet, hvormed de taler ind i narrativet om, at MeToo er gået for vidt. I italesættelserne benyttes ord som "over", "for" og "langt", hvilket skaber en fremstilling af, at der i MeToo-debatten er et punkt, hvor MeToo-bevægelsen har nået sin grænse for at være en accepteret debat. Der opstilles her en forståelse for "hertil og ikke længere", hvor MeToo-bevægelsens handlinger ikke blot har nået grænsen for det, der var godt og okay, men nu har trådt langt over denne grænse. I ytringen "Det er lidt noget pjat" (Artikel 132) kan det samtidig udledes, at MeToo-bevægelsen negligeres ved brugen af ordet "pjat", der skaber konnotationer til, at bevægelsen er en tåbelig idé.

I forlængelse af narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt, finder vi yderligere et narrativ om et forkert fokus i MeToo-debatten. Dette narrativ ses eksempelvis i ytringen: "Me-too-debatten er både god og nødvendig, men jeg håber, at den vil centrere sig om det vigtige: Vi skal opføre os ordentligt overfor hinanden" (Artikel 23). Hertil vurderes MeToo-bevægelsen som værende god, men at omdrejningspunktet i bevægelsen ikke er det rigtige. Lignende pointe udledes i artikel 55, "Ligeløn og arbejdsvilkår er vigtigere end #MeToo-sager", hvor det ytres: "Som feminist er jeg ved at være godt træt af at læse om kropsbehåring og Jes Dorph-Petersens firing. Ikke fordi jeg ikke synes, at det er relevante problemstillinger. Men fordi jeg synes, at prioriteringen i #MeToo-debatten er afsporet" (Artikel 55). I denne artikel opstilles en fortælling om, at kampen for ligeløn og arbejdsvilkår ikke er en del af MeToo, hvilket ses i italesættelsen af, at MeToo-debatten er "afsporet". Ved brugen af ordet "afsporet" skabes således konnotationer til, at noget, der før har været på sporet, nu er på vej i den forkerte retning. Hertil kan det således udledes, at der tales ind i narrativet om et forkert fokus, hvormed det forkerte fokus specificeres ved eksempler som "kropsbehåring" og "Jes Dorph-Petersens firing". Narrativet om, at MeToo-debatten har et forkert fokus er ligeledes omdrejningspunktet i artikel 81 med titlen: "#MeToo underminerer kvindekampen", der italesætter MeToo-bevægelsens fokus som værende på gamle krænkelssager og sexismen, med en holdning om, at det i stedet burde være kampen for ligestilling, der er i fokus:

"#MeToo-bevægelsen har druknet sig selv i endeløse anklager om sexismen og grænseløs adfærd. I sidste ende underminerer det kvinderne og deres kamp for ligestilling, at

omtalen ikke længere centrerer sig om lige præcis dét, men i stedet fokuserer på gamle, enkeltstående krænkelssager” (Artikel 81).

I brugen af metaforen om, at bevægelsen drukner sig selv i anklager, skabes konnotationer til, at bevægelsens eget valg af fokus på krænkelse og sexismen vil være bevægelsens død. Derudover bidrager brugen af ordet “underminerer” til en forståelse af, at MeToo-bevægelsens nuværende fokus på sexismen ikke bare er forkert, men decideret ødelægger fundamentet for ligestilling. Hertil påpeges, at MeToo-bevægelsens fokus er på “gamle, enkeltstående krænkelssager”, hvor brugen af adjektiverne “gamle” og “enkeltstående” bidrager til en negligering af krænkelssagerne, idet de både er forældede og ikke ses som en del af noget større. I flere artikler finder vi ligeledes ytringer, der benytter ordet “krænke” i sammenhæng med at understrege det forkerte fokus (blandt andet artikel 18, 25 & 27). Et eksempel herpå er:

“Den nye moral hedder: 'Jeg er krænket, og derfor har jeg ret'. Og så er det lige meget, om jeg er krænket over, at der står en statue på Kongens Nytorv, eller at en mand har taget mig på låret. Krænkelseretten er hamret fast de seneste år og giver moralsk opbakning til enhver til at ransage sin fortid og sjæl og se, hvornår man har følt sig krænket, og så forlange oprejsning for det” (Artikel 27).

I citatet italesættes en ny moral, som værende “krænkelseretten”, hvori der ligger en kritik af, at mennesker har ret til at være krænket lige meget hvad baggrunden for krænkelsen er. Eksemplet om at blive krænket over en statue på Kongens Nytorv samt, at krænkelsen begrundes i følelser, fremstilles som en latterliggørelse af krænkelseretten gennem brugen af sarkasme. Dette bidrager samtidig til narrativet om, at der er et forkert fokus og narrativet om, at MeToo-bevægelsen er gået for vidt, idet latterliggørelsen udpeger, at mennesker vil kunne blive krænket over eksempelvis en statue.

De udledte narrativer bliver medskabere af en samlet storytelling om, at MeToo er gået over grænsen, gennem artiklernes fremstilling af MeToo-bevægelsens fokus og handlinger. Storytelling bliver en del af den diskursive formation, hvorigennem diskursen om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, produceres, hvor grænsen for, hvornår MeToo er acceptabel ses diskuteret i artiklerne som værende væsentlig for, om MeToo skaber forandring eller ej. MeToo som diskuteret understreges i måden, hvorpå MeToo omtales. Ud fra ovenstående analyse tydeliggøres det, at MeToo ikke kun omtales som en bevægelse, men ligeledes en debat (blandt

andet artikel 3, 7, 14, 10 23, 25, 30, 31, 55, 52, 54, 55, 57, 61, 63, 81, 89, 121 & 123), hvori det diskuterende element understøttes.

7.4.1.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Ud fra diskursanalysen af MeToo-bevægelsen i nyhedsmedierne identificeres tre storytellinger om kvinder som ofre, kvinder som onde og at MeToo er gået over grænsen. Gennem analysen af storytellingen om kvinder som ofre og onde ser vi to forskellige fremstillinger af, hvordan kvinder bliver omtalt i MeToo-bevægelsen i forbindelse med en bagatellisering af kvinders problemer med sexisme samt en fremstilling af, hvordan MeToo har taget overhånd og skabt konsekvenser for manden. Storytelling om, at MeToo er gået over grænsen skabes på baggrund af fremstillinger af MeToo-bevægelsens fokus og handlinger som både urealistiske og som værende gået for vidt. Idet de forskellige storytellinger består af forskellige narrativer, hvori der indgår forskellige sandheder, ses et udtryk for debat om, hvad MeToo indebærer og hvordan MeToo skal italesættes. Gennem narrativerne og storytellingerne identificeres en subjektposition, der finder mening i, at MeToo er irrelevant, idet problemerne er baseret på bagateller, der blot opstår fordi kvinder er for sarte og hysteriske. Denne subjektposition og dertilhørende storytellinger bidrager til den diskursive formation af diskursen om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, idet de forskellige narrativer bliver et udtryk for, at MeToo både er irrelevant, urealistisk og en debat der er gået for vidt.

7.4.2. DEN DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME PÅ INSTAGRAM

Til en bredere forståelse af mediernes fremstilling af feminisme under fjerde nedslagspunkt, MeToo-bevægelsen, vil der i nedenstående fremgå en analyse af tre udvalgte Instagramopslag fra tre offentlige personer, der har været med til at forme debatten af den digitale bevægelse MeToo i Danmark (jf. afsnit 4.2.2). De tre offentlige personer er Sofie Linde – dansk tv-vært og forfatter, Leonora Christina Skov – dansk forfatter og Mette Schak Dahlmann – murer, debattør og oplægsholder. Hver offentlige person og tilhørende opslag er udvalgt med afsæt i kodingen af empirien, der er repræsentant for betydningsfulde personers brug af Instagram som kommunikationskanal under MeToo-bevægelsen. Analysen tager udgangspunkt i de tre opslags billeder, tilhørende billedtekster og kommentarspor, med formålet at undersøge, hvorledes de tre profiler og det tilhørende kommentarspor producerer en diskurs om, at *kampen mod sexisme vindes i fællesskab*.

7.4.2.1. SOFIE LINDE

I følgende afsnit analyseres, hvorledes Sofie Lindes Instagramopslag fra 10. september 2020 trækker på diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, med afsæt i konstruktionen af en digital storytelling om, at alle, der har oplevet sexismen, sammen skal være frontløbere i kampen mod det. Opslaget består af et billede, en opslagstekst samt et kommentarspor (Bilag 5), hvor billedet vil blive analyseret i sammenhæng med den tilhørende opslagstekst og til sidst sættes i forbindelse med et uddrag af kommentarerne fra kommentarsporet. Opslagets billede kan tilgås via nedenstående link og tekst kan ses nedenfor:

**SOFIE LINDES OPSLAG
KAN TILGÅS HER:
[PERMALINK](#)**

Kære Maria Andersen, Anne Sofie Hvenegaard, Julie Thisgaard, Christine Brink, Camilla Slyngborg, Anne-Katrine Bondo og alle jer andre modige - og fantastiske kollegaer. Jeg har her til aften læst jeres brev. Tak ❤️ Tak for at tage mig i hånden ❤️❤️

I stedet for at diskutere hvorvidt sexismen findes, så understreger vi sammen at det gør det! Vi er mange der har oplevet det. Og vi er mange, der stadig oplever det. Og vi siger NEJ! - Ikke bare i mediebranchen - men i alle brancher! ❤️

Vi har ret!

TAK ❤️

Ud fra billedets visualitet og tekst ser vi, at der konstrueres et narrativ om frontløbere i kampen mod sexismen. På billedets konnotative niveau fremvises Sofie Linde siddende med en hånd på brystet grundet taknemlighed over det som fremgår på telefonen, hvormed hendes blanke øjne fremviser, at hun er følelsesmæssigt påvirket. Opslagsteksten "Tak for at tage mig i hånden ❤️❤️" forankrer hertil billedets betydning, så modtagerne forstår, at hun er rørt af taknemmelige og glade følelser og dermed ikke er ked af det, gennem brugen af ordet "Tak" og hjerte-emojien. Ydermere forankrer opslagsteksten billedet som et udtryk for støtte og taknemmelighed over for en gruppe "modige - og fantastiske kollegaer", der har skrevet et brev om sexismen på arbejdspladser og i samfundet generelt. Ved brugen af adjektiverne "modige" og "fantastiske" beskrives de omtalte personer som stærke og usædvanligt gode, hvortil der i sammenhæng med den resterende tekst udledes et narrativ om frontløbere i kampen mod sexismen. Denne fremstilling taler ind i en stereotyp måde at italesætte feminister gennem individuel styrke, her med fokus på lederskab, hvor Sofie Linde kan trække på denne i fremstillingen af hendes kollegaer som modige, der bidrager til en fortælling om dem som respekterede og ledende frontløbere. Ydermere forekommer et narrativ om, at sexismen er et problem, fordi mange har oplevet det, der blandt andet udtrykkes i brugen af hashtagene "#nejtilsexisme" og "#viharret" som et budskab om at sige nej til sexismen og kræve retfærdighed og ligestilling i samfundet. Hashtags kan bidrage til at udfordre den eksisterende kultur og myte i offentligheden, hvilket fremgår af intentionen, idet der ytres at: "I stedet for at diskutere hvorvidt sexismen findes, så understreger vi sammen at det gør det!". Det udledes hermed, at opslaget har til formål at skulle ændre en myte i samfundet, bestående af en tvivl om, hvorvidt sexismen på arbejdspladsen eksisterer. Ved at bruge ordet "NEJ!" udledes det, at Sofie Linde ønsker at sende et klart og stærkt budskab om, at den eksisterende adfærd er uacceptabel, og at der skal ske ændringer. Det personlige pronomen "Vi" fremsætter en fortælling om, at Sofie Linde selv har oplevet sexismen, og at dem, der har "oplevet" og "oplever" det på arbejdspladsen har "ret" i, at det eksisterer, og at de siger "NEJ!" nu. Billedet i sammenhæng med teksten udledes at konstruere et narrativ om, at sexismen er et problem, fordi mange har oplevet det, hvor "Vi" skal stå sammen og sige "Nej!" til sexismen, hvormed dette og det tidligere narrativ om frontløbere i kampen mod sexismen taler ind i en storytelling om, at alle, der har oplevet sexismen, sammen skal være frontløbere i kampen mod det.

I forbindelse med det ovenstående Instagramopslag fremgår et tilhørende kommentarspor med 2.851 kommentarer. Ved en gennemgang af kommentarerne (Bilag 5), fremgår der overvejende kommentarer, der er støttende og udtrykker taknemmelighed og glæde over, at emnet bliver bragt op. Endvidere indeholder en del af kommentarerne personlige historier og erfaringer, der anvendes i en tilslutning til Sofie Lindes fortælling, hvorigennem der skabes et narrativ om Sofie Linde som frontløber. De støttende og taknemmelige ytringer ses eksempelvis udtrykt gennem kommentarer som: "Du er så vildt sej!" (Kommentar 1), "Du er den vildeste stjerne og den sejeste rollemodel, Sofie. Tak til dig og dit mod og tak for dig. Du gør verden til et bedre sted for alle 🌸" (Kommentar 2), "Tiltrængt, modigt og vigtigt. Tak ❤️" (Kommentar 10), "Sofie Linde- du skønne menneske. Se lige engang hvor stærke vi er når vi kvinder står sammen. 🤝❤️ tak for at være dig og turde være vores anker" (Kommentar 11), "Lad os alle stå sammen mod sexismen! 🙌❤️" (Kommentar 25) og "Stemmer i til den mundlamme fornemmelse når en mandlig kollega lægger hånden på mit lår! ❤️" (Kommentar 29). Gennem ord som "stjerne", "rollemodel" og "modigt" fremstilles Sofie Linde som et forbillede, der udtrykkes stor taknemmelighed til gennem brugen af "tak", hvori også kommentarerne taler ind i den stereotype fremstilling af feminister som individer med styrke, hvor Sofie Linde sættes som eksempel herpå. Samtidig udtrykkes en støtte til Sofie Linde gennem ytringer som "stå sammen" og "stemmer i", hvorigennem der forekommer stor opbakning til Sofie Linde som person og hendes kamp mod sexismen på arbejdspladsen. Denne opbakning ses ligeledes i kommentarenes brug af de samme hashtags, der fremgår i opslagsteksten og personlige pronominer som "os" og "vi", der virker inkluderende. Kommentarerne taler hermed ind i den storytelling Sofie Linde konstruerer i opslaget, der omhandler, at alle, der har oplevet sexismen, sammen skal være frontløbere i kampen mod det, idet kommentarerne skaber et narrativ om Sofie Linde som frontløber, samt kobler sig selv til denne fortælling ved at tale videre ud fra et fælles "vi".

Der forekommer også kritiske og nedladende kommentarer, der skaber et narrativ om Sofie Linde som opmærksomhedskrævende, hvori der italesættes, at emnet om sexismen er overdrevet, samt at Sofie Linde ikke har ret til at udtale sig om emnet og bare vil have opmærksomhed. Dette fremgår eksempelvis i: "Tag dig sammen og lad være med at tude for at få opmærksomhed. Vis 'sagen' du var udsat for så forfærdelig hvorfor ventede du så længe med at komme frem med det? Svaret er ret enkelt nemlig at du kun søger efter opmærksomhed på

andres bekostning" (Kommentar 36), "Du er et hæsligt menneske" (Kommentar 31) og "@sofielinde1 du er et selvcentreret pattebarn" (Kommentar 32). I kommentar 36 opstilles et spørgsmål til, hvorvidt Sofie Lindes oplevelse med sexismen var "så forfærdelig", når hun ventede så længe med at sige noget. Herigennem sættes spørgsmålstegn ved om sexismen er et reelt problem, hvorigennem Sofie Lindes italesættelse af problemet med sexismen på arbejdspladsen negligeres og gøres overdrevent. Derudover anvender flere af kommentarerne skældsord i form af adjektiverne "hæsligt", "selvcentreret" og "pattebarn", der beskriver Sofie Lindes person nedsættende, idet ordene udtrykker følelser af ubehag overfor Sofie Linde, samt italesætter hende som umoden og barnlig. De nedsættende beskrivelser fremkommer også i "Tag dig sammen", "lad være med at tude" og "søger efter opmærksomhed", hvori Sofie Linde fremstilles som svag, ynkelig og opmærksomhedskrævende. Kommentarerne trækker her på en stereotyp fremstilling af feminister gennem dæmonisering, der kan være med til at latterliggøre Sofie Lindes italesættelse af problematikken samt bidrage til en banalisering af problemerne. Derudover trækkes der ligeledes på en stereotyp fremstilling af feminister som ofre, idet hun italesættes som svag. De to stereotyper tydeliggør kritikken af Sofie Lindes deling af sin egen personlige oplevelse, og bidrager til en fremstilling af Sofie Linde som svag og opmærksomhedskrævende, der således udelukker en seriøsitet i den problematik, hun opstiller. Selvom disse kritiske og nedladende kommentarer skaber et narrativ om Sofie Linde som opmærksomhedskrævende i kommentarsporet, viser det sig som en mindre del af de samlede kommentarer, hvorfor det ikke udledes at blive en dominerende fortælling.

Analysen af Sofie Lindes Instagramopslag viser et udtryk for digital storytelling om, at alle, der har oplevet sexismen, sammen skal være frontløbere i kampen mod det, hvor der identificeres en subjektposition om at have ret i at sexismen er et problem, der skal gøres noget ved. Herigennem bidrager storytellingen, Sofie Linde konstruerer i sit Instagramopslag, til den diskursive formation af diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Kommentarsporet konstruerer et dominerende narrativ om Sofie Linde som frontløber, hvorfor der i kommentarsporet forekommer en subjektposition, der finder mening i den storytelling, Sofie Linde skaber i hendes opslag. Samtidig skabes der, i kommentarsporet, et narrativ om Sofie Linde som opmærksomhedskrævende, hvorfor der identificeres en subjektposition, der ikke tilslutter sig samme diskurs. Dog forekommer denne subjektposition ikke dominerende, hvorfor det udledes, at subjektpositionen ikke udfordrer den samlede diskurs for opslaget.

7.4.2.2. LEONORA CHRISTINA SKOV

Dette afsnit tager afsæt i et opslag fra d. 10. september 2020, fra forfatter Leonora Christina Skovs Instagramprofil i en analyse af, hvorledes opslaget trækker på diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, gennem en digital storytelling om, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp. Opslaget består af et billede, en tilhørende tekst og kommentarspor på 147 kommentarer (Bilag 5), der i det følgende vil blive analyseret i sammenhæng.



Shout-out til @sofielinde1 @ibenmgz @frk_haue og jer andre, der så modigt er gået forrest og har delt jeres historier om sexismen i mediebranchen 🙌 Ovenstående citat stammer fra dengang, jeg endte i et længere udskillelsesløb om at blive studievært på et stort tv-nyhedsprogram. Da vi kun var to kandidater tilbage, kaldte chefen mig ind på sit kontor i DR. Han havde et problem med mig, som vi blev nødt til at tale om, sagde han. Jeg nikkede, klar til at blive gjort opmærksom på at jeg ikke er uddannet journalist.

- Hvis du skulle ud at flyve, og piloten viste sig at være én eller anden babetype, der kom spankulerende ind i cockpittet i sine høje hæle, ville du så have tiltro til, at hun kunne styre flyet? spurgte han og så op og ned ad mig. Jeg var iført blazer, gulvlang kjole og flade sko den dag.
- Ja, selvfølgelig, svarede jeg perplekst, men han rystede på hovedet.

- Nej, det ville du ikke, sagde han. - Men nu prøver vi at sminke dig ældre til den næste skærmtest, og så ser vi, om det fungerer bedre.

Mens jeg fik sminket mørke render under øjnene og dybe skygger på kinderne, spurgte jeg mig selv, hvornår jeg mon ville nå den rigtige alder. Indtil videre havde jeg kun prøvet at være for ung og ubeskrevet, og for gammel var utvivlsomt nært forestående, især i tv-branchen, så hvor lille et vindue havde jeg egentlig? I hvert fald helt sikkert for lille til at et tv-job gav nogen mening for mig. Jeg følte en dyb, dyb lettelse, da stillingen gik til den anden kandidat, og de gange, jeg siden blev indbudt til casting på diverse kulturprogrammer, takkede jeg nej. Jeg ville langt hellere skrive mine bøger 🔥

Hvis nogen undrer sig over, at jeg ikke nævner chefens navn, så læs Iben Marias seneste post. Min morale er selvsagt ikke, at kvinder bør takke nej til jobs i mediebranchen, og jeg er sikker på, at meget har ændret sig de sidste 15 år. Plus #NotAllMen. Men læst sammen med alle de andre oplevelser tegner der sig unægtelig et større billede af en kultur, der trænger til et alvorligt eftersyn. Lad den store samtale begynde, indeed. Og TAK, I modige kvinder ❤️

På baggrund af opslagets billede og tekst, konstrueres et narrativ om, at kvinder vurderes på deres ydre frem for deres kompetencer. Billedet består af en rød baggrund med mønster, hvorpå der er en hvid tekst henover, hvortil mønstret på det konnotative niveau forstås som slangeskind, der sammen med den røde farve bidrager til en forståelse af noget eksklusivt. Kobles dette til opslagets ejer, Leonora Christina Skov, forstås den røde farve og det eksklusive slangeskind som et kendetegn ved hende, idet hun er kendt for sin røde kjole, røde læber og glimmer-stiletter. Teksten på billedet lyder: "Hvis du skulle ud at flyve, og piloten viste sig at være én eller anden babetype, der kom spankulerende ind i cockpittet i sine høje hæle, ville du så have tiltro til, at hun kunne styre flyet?". Ordet "babetype" skaber gennem "babe" konnotationer til en yngre, tiltrækkende kvinde, mens "type" bidrager til en forståelse af en bestemt gruppe eller kategori af mennesker, der har bestemte kendetegn eller egenskaber tilfæles. Koblingen af disse to ord italesætter således en bestemt type af mennesker, der kan defineres som "babes", hvor kvinden i citatet forstås herudfra. Endvidere beskrives, at denne kvinde "kom spankulerende ind i cockpittet i sine høje hæle", hvor "spankulerende" skaber konnotationer til, at kvinden går på en stolt, arrogant eller selvhøjtidelig måde, der her bliver en beskrivelse af et af de kendetegn, der ligger hos "babetypen". Dette efterfølges af et spørgsmål om, hvorvidt man ville have tiltro til, at hun kunne styre flyet. Teksten på billedet skaber

således en fortælling om, at kvinder i høje hæle, der passer ind i kategorien “babe” ikke har evnerne til at styre et fly, hvorfor der konstrueres et narrativ om, at kvinder vurderes på deres ydre frem for deres kompetencer. Konstruktionen af narrativet trækker på en stereotyp fremstilling af feminister ud fra et fokus på det ydre frem for kompetencer, der kan være med til at banalisere personer og deres positioner (jf. afsnit 3.2.1), hvilket vi her ser gennem banaliseringen af Leonora Christina Skovs professionalitet, gennem eksemplet med “babe” pilot.

Teksten på billedet fungerer som et uddrag af den tilhørende opslagstekst, hvor teksten forankrer billedet i en fortælling af, at “babetypen” med den spankulerende gang og de høje stiletter er Leonora Christina Skov. Dette kommer til udtryk gennem opslagsteksten: “Ovenstående citat stammer fra dengang, jeg endte i et længere udskillelsesløb om at blive studievært på et stort tv-nyhedsprogram”, der i sin brug af “dengang” og “jeg” refererer til en oplevelse, Leonora Christina Skov selv har haft, hvor hun blev vurderet på hendes udseende. Dette da Leonora Christina Skovs ydre blev identificeret som “babetypen”, hvor hun gennem det citat, der inddrages, ikke tages seriøst nok til et tv-nyhedsprogram, hvorfor hun fik “sminket mørke render under øjnene og dybe skygger på kinderne” for ikke at ligne en babe. Resultatet af Leonora Christina Skovs personlige fortælling bliver, at hun efter denne episode har valgt at fokusere på sine bøger i stedet. Denne udmelding afsluttes af en “🔥”-emoji, hvor brugen af denne bidrager til en forståelse af hendes valg som det rigtige, idet flammen anvendes som udtryk for, at noget er “on fire” med den overførte betydning, at noget er virkelig godt. I forlængelse heraf understreger Leonora Christina Skov, at kvinder ikke bare generelt bør takke nej til jobs i mediebranchen, hvortil hun knytter hashtagget “#NotAllMen”. Brugen af dette hashtag kan ses som en måde, hvorpå det understreges, at ikke alle mænd er som ham i Leonora Christina Skovs eksempel, og man derfor ikke skal afskrive sig et job i mediebranchen udelukkende på baggrund af andres oplevelser. Dog kan referencen til #NotAllMen ses som et mere ironisk bidrag, da dette hashtag er lavet af mænd som modsvar til #MeToo. Leonora Christina Skovs personlige fortælling i sammenhæng med hashtagget konstruerer således et narrativ om, at der opleves sexismen i mediebranchen. Den personlige fortælling kan derudover være med til at konstruere et narrativ om, at sexismen i mediebranchen er en kamp, der skal kæmpes i fællesskab. Dette udtrykkes i indledningen til og afslutningen af den personlige fortælling, der refererer til andre med samme fortællinger. Opslagsteksten introduceres med: “Shout-out til @sofielinde1 @ibenmgz @frk_haue og jer andre, der så modigt er gået

forrest og har delt jeres historier om sexismen i mediebranchen 🦵”, hvor “shout-out” fremstår som en tilkendegivelse af enighed med de tre taggede profiler, samt en hyldest til dem. Det er ligeledes med denne sætning, at man forstår, at Leonora Christina Skovs personlige fortælling skal indgå som endnu en historie om sexismen i mediebranchen, der bidrager til et narrativ om, at sexismen i mediebranchen er en kamp, der skal kæmpes i fællesskab. Samtidig skaber udtrykket “gået forrest” og “🦵”-emojien en forståelse af, at de taggede profiler er dem, der går forrest i bevægelsen, hvortil emojien understreger en styrke hos og hyldest af dem, der taler ind i en stereotyp fremstilling af feministiske kvinder gennem individuel styrke. Den stereotype fremstilling er her med til at understrege de nævnte kvinders roller i kampen, hvor det bliver tydeliggjort, at de er af stor styrke og mod samt respekterede ledere i kampen mod sexismen. Narrativet om sexismen i mediebranchen som en gentagende ting understøttes yderligere af opslagstekstens afrunding, hvor Leonora Christina Skov sætter sin oplevelse i sammenhæng med andres oplevelser, og her italesætter det større billede, der trænger til et “eftersyn”. Herefter knyttes opslaget igen til selve bevægelsen i ytringen: “Lad den store samtale begynde, indeed. Og TAK, I modige kvinder ❤️”. I italesættelsen af, at den store samtale kan begynde, skabes konnotationer til, at hendes egen og de taggede kvinders deling af deres historier er med til at sætte gang i bevægelsen, hvorefter hun ligeledes takker disse kvinder for netop dette. Her tales igen ind i et narrativ om, at sexismen i mediebranchen er en kamp, der skal kæmpes i fællesskab. Leonora Christina Skovs opslag konstruerer således tre narrativer om at kvinder vurderes på deres ydre frem for deres kompetencer, at der opleves sexismen i mediebranchen, samt at sexismen i mediebranchen er en kamp, der skal kæmpes i fællesskab, der alle er med til at skabe en digital storytelling om, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp.

I opslagets tilhørende kommentarspor er 147 kommentarer, hvoraf størstedelen fungerer som støttende af Leonora Christina Skovs opslag, der kommer til udtryk, idet disse kommentarer ligeledes taler ind i en storytelling om, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp. Storytellingens skabes blandt andet gennem et narrativ om, at Leonora Christina Skov er stærk, fordi hun deler sin oplevelse. Dette narrativ konstrueres blandt andet gennem italesættelse af en støtte til Leonora Christina Skov, udtrykt gennem kommentarer, der udelukkende består af emojis, hvor især emojien med den stærke arm anvendes: “🦵❤️” (Kommentar 1), “🦵” (Kommentar 3) og “❤️🦵❤️🦵❤️🦵❤️” (Kommentar 7). Den stærke arm

skaber konnotationer til både fysisk og mental styrke, hvorudfra vi forstår, at kommentarerne tilkendegiver, at det kræver styrke at stå frem. Da armen anvendes i kommentarer til et opslag om sexismen og kvindekamp, kan der i forståelsen af armen trækkes på en intertekstuel reference til "Rosie the Riveter", der opstod som kulturelt ikon i Amerika som portrættering af de amerikanske kvinder, der arbejdede som fabriksarbejdere under 2. Verdenskrig, og i nutiden refereres til som symbol på feminismen og kvinders økonomiske uafhængighed. Brugen af emojien bliver således et udtryk for en støtte i den feministiske kamp mod sexismen, der igen trækker på en stereotyp fremstilling af feminister som stærke. Kommentarerne udtrykker for støtte ses yderligere i ytringer, der fungerer som svar på det spørgsmål, teksten på selve billedet i opslaget stiller, om hvorvidt man vil have tiltro til, at en "babetype" kan styre et fly. Her lyder svarene i kommentarsporet blandt andet: "Ja jeg ville" (Kommentar 9), "Selvfølgelig 🍷👏" (Kommentar 10), "Bestemt 🍷👏" (Kommentar 11), "Naturligvis. Hun er jo uddannet pilot" (Kommentar 15), "Fuuuuck ja 🍷" (Kommentar 20), "Ja da jaaaa ❤️" (Kommentar 24), "JA 🍷" (Kommentar 27), "Oh yes 😊" (Kommentar 33) og "Ja! 🍷" (Kommentar 34). Gennem disse ytringer italesættes en selvfølgelighed i valget af svar, hvor ja ikke blot er ja, men mere fungerer som et spørgsmål om, hvorvidt der overhovedet kan være et andet svar. Disse kommentarer kan således ses som værende konstruerende af et narrativ om, at ydre kvindeidealer og kompetencer ikke er hinandens modsætninger. Således taler kommentarerne ind i den selvfølgelighed, der ligeledes italesættes i selve opslagsteksten gennem Leonora Christina Skovs eget svar til manden: "- Ja, selvfølgelig, svarede jeg perplekst [...]", der netop ligger i "selvfølgelig" og "perplekst".

Mens ovenstående kommentarer fremstiller en støtte gennem korte ytringer eller emojis, findes også kommentarer, der italesætter deres støtte gennem personlige oplevelser (blandt andet kommentar 13, 18, 26, 30 & 31). Et eksempel på inddragelsen af personlige fortællinger ses i kommentar 31 i italesættelsen af en tidligere chefs udtalelse: "Som min tidligere chef sagde om en kvindelig chef i andet firma "hvem kan tage hende alvorlig, når hun kommer gående i sine hotpants og høje hæle?!". Æh, alle andre end dig, gamle gubbe-idiot" (Kommentar 31). Her italesættes igen en oplevelse, hvor kvindens påklædning og udseende vurderes på arbejdspladsen, hvorigennem kommentaren taler ind i det narrativ, der blev konstrueret i Leonora Christina Skovs opslag om, at kvinder vurderes på ydre kvindeidealer frem for deres kompetencer. Samtidig italesættes en uenighed om, at kvinder vurderes på deres

ydre, gennem “Æh, alle andre end dig”, hvorfor kommentaren bidrager til at konstruere narrativet om, at ydre kvindeidealer og kompetencer ikke er hinandens modsætninger. Med afsæt heri virker kommentaren støttende af Leonora Christina Skovs opslag, idet den således taler ind i forvirringen om vurderingen af kvinders kunnen på baggrund af deres udseende, samt i selvfølgeligheden i, at kvinder kan have stiletter på og være dygtige samtidig. Denne kommentar indgår, sammen med de andre kommentarer om personlige oplevelser, i en fortælling om et fællesskab, idet delingen af en personlig oplevelse fordrer delingen af lignende oplevelser.

Kommentarsporet til Leonora Christina Skovs opslag konstruerer narrativer, der samlet taler ind i opslagets digitale storytelling om, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp. På den måde indgår kommentarsporet sammen med opslaget i den diskursive formation, hvori opslaget fremmer en fælles italesættelse af kampen mod sexismen, der tydeliggøres i andre brugeres deltagelse i fællesskabet, gennem deres deling af personlige fortællinger i kommentarsporet.

Ud fra analysen af Leonora Christina Skovs opslag identificeres en digital storytelling om, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp, der bidrager til den diskursive formation af diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. I det tilhørende kommentarspor identificeres en subjektposition, der finder mening i den storytelling, Leonora Christina skaber i hendes opslag, hvorfor kommentarsporet bliver medproducent af diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*.

7.4.2.3. METTE SCHAK DAHLMANN

Nedenstående afsnit præsenterer en analyse af Mette Schak Dahlmanns opslag på Instagram fra 26. september 2020, hvortil vi har identificeret en digital storytelling om, at den fælles kamp mod sexismen på arbejdspladsen gør en forskel, hvilket vil blive argumenteret for ligeledes at trække på diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Opslaget består af to billeder, en tekst og tilhørende kommentarspor (Bilag 5). Billederne og teksten er indsat nedenfor:



femina



Ligestillingsministeren.dk

23 min. ·

"Mette Dahlmanns historie i FEMINA viser, at seksuel chikane findes på forskellige typer af arbejdspladser i Danmark. Det er der behov for, alle kommer ind i kampen mod seksuel chikane, uanset om der er i redaktionslokalerne eller i skurvognen. Det skal være plads til alle. Og tak til Mette for at være rollemodel og endnu engang at sætte sig selv i spil for at rejse ligestillingsproblemer i Danmark", siger ligestillingsminister [Mogens Jensen](#).



5

Synes godt om

Kommenter

Del



Mogens Jensen

46 min. ·



Mette Dahlmanns historie i Femina viser, at seksuel

Det var med blandede følelser at jeg valgte at dele min historie i Femina forleden - det var det, fordi at jeg i de seneste par år har oplevet at sexismedebatten var og stadig er en meget varm kartoffel.

Men jeg er glad, jeg er glad for at jeg gjorde det -fordi at noget har ændret sig... For første gang oplevede jeg, at de ting jeg har oplevet, som jeg fortæller om i artiklen blev modtaget med stor tiltro og opbakning til min historie, fremfor mistro. Denne gang handlede det ikke om - hvor vidt jeg er for sart, eller bare ville have opmærksomhed - men denne gang blev både de store og små ting taget alvorligt. For det hele handler jo om arbejdsmiljø - og om at vi allesammen skal være her og give plads til hinanden.

Det jeg egentlig bare gerne vil sige er TAK - tak for alle jer der har sendt beskeder, kommenteret liket og delt... 🙏

Og en særlig tak til @sofielinde1 - og alle de andre kvinder der gennem årene og den sidste tid har delt deres oplevelser. Sammen har vi gjort en forskel. Sammen har vi hinandens ryg. Tak

❤️#ligestilling #sexisme #metoo

På det konnotative niveau på billedet til venstre ses en person med træk, der traditionelt anses for at være maskuline, grundet en samfundsmæssigt skabt forestilling om, hvad der udgør det mandlige udseende. Billedet til højre fremviser på det konnotative niveau et screenshot af et opslag fra Ligestillingsministeren.dk på det sociale medie Facebook. Teksten i opslaget på billedet til højre forankrer billedet til venstre gennem sætningen: "Mette Dahlmanns historie i

FEMINA [...]”, hvilket giver medbetydningen til, at personen på venstre billede er Mette Schak Dahlmann, der bliver portrætteret i magasinet FEMINA. Dette bekræftes yderligere af opslags-teksten, der refererer til billedet som ”mit billede i Femina-artiklen”, hvilket antyder, at det er billedet fra den omtalte artikel. De to billeder er med til at konstruere et narrativ om, at der skal kæmpes mod sexismen på alle arbejdspladser, gennem italesættelsen af, at ”Mette Dahlmanns historie i FEMINA viser, at seksuel chikane findes på forskellige typer af arbejdspladser i Danmark”, hvori det bliver tydeliggjort, at Mette Schak Dahlmanns historie beskriver en oplevelse om sexismen på sin arbejdsplads, hvortil denne oplevelse bliver en del af et større fællesskab af andres oplevelser med seksuel chikane. Dette understreges ligeledes i opslags-tekst: ”For det hele handler jo om arbejdsmiljø” og ”andre kvinder der gennem årene og den sidste tid har delt deres oplevelser”, hvori sexismen kobles til arbejdsmiljøet, samt at hendes oplevelse er en af mange oplevelser om sexismen. I opslaget fra Ligstillingsministeren.dk italesættes Mette Schak Dahlman som en ”rollemodel”, idet hun går forrest og er et forbillede, for at vise og sætte fokus på, at ”seksuel chikane findes på forskellige typer af arbejdspladser”. Dette italesættes i sammenhæng med, at der er et ”behov for, alle kommer ind i kampen mod seksuel chikane, uanset om der er i redaktionslokalerne eller i skurvognen”. Ordet ”kampen” trækker interdiskursivt på en krigsdiskurs, hvilket i sammenhæng med ordene ”alle” og ”behov” skaber konnotationer til, at sexismen er en kamp, hvor alle skal kæmpe for at ændre en utilfredsstillende eller ødelæggende tilstand i samfundet. Denne fremstilling bliver et udtryk for, at sexismen på arbejdspladsen er et problem, der kræver at alle går ind i kampen, hvilket er med til at understrege omfanget af problemet med sexismen på arbejdspladsen, og derfor er med til at konstruere narrativet om, at der skal kæmpes mod sexismen på alle arbejdspladser.

Gennem opslaget er der yderligere identificeret et narrativ om en opbakning til kampen mod sexismen, der blandt andet konstrueres gennem Mette Schak Dahlmanns italesættelse af, at hendes historie er blevet mødt med ”stor tiltro og opbakning”. Denne opbakning understøttes af: ”Det jeg egentlig bare gerne vil sige er TAK - tak for alle jer der har sendt beskeder, kommenteret liket og delt...”, der bliver et udtryk for, at opbakningen viser sig gennem interaktion med andre på platformen. Dette da der i sætningen trækkes på logikken programmability (jf. afsnit 3.1.2), der er med til at fremme connectivity, italesat gennem de beskeder, kommentarer og likes, Mette Schak Dahlmann har modtaget. Opslagsteksten er her med til at forankre billedet til højre, da Facebookopslaget fremstår som et eksempel på den omtalte tiltro og opbakning til hendes artikel, hvorfor det er med til at konstruere narrativet om, at der er

opbakning til kampen mod sexismen. Denne opbakning, der udtrykkes gennem både billede og tekst, bliver i opslagets tekst sat i kontrast til tidligere oplevelser, idet ordene "opbakning" og "tiltro" sættes over for "mistro". Her anvendes to direkte modsætninger i ordene "tiltro" og "mistro", hvorigennem udviklingen i modtagelsen af fortællinger om oplevelser med sexismen, understreges som værende mere opbyggende. At der er sket en udvikling italesættes i teksten: "-fordi at noget har ændret sig", hvor den nye tiltro og opbakning bliver et udtryk for det, der har ændret sig. Mette Schak Dahlmann trækker i sin tekst tråde tilbage til tidligere erfaring med at dele sine oplevelser i italesættelsen af: "Denne gang handlede det ikke om - hvor vidt jeg er for sart, eller bare ville have opmærksomhed - men denne gang blev både de store og små ting taget alvorligt". Heri trækkes på stereotype fremstillinger af feminister som ofre, idet der italesættes en fremstilling af kvinder, der deler deres oplevelser med sexismen, som værende "for sarte", i en måde at banalisere oplevelserne. Her anvendes denne stereotyp i en fremstilling af opbakningen som noget nyt for Mette Schak Dahlmann, hvori narrativet om, at der er opbakning til kampen mod sexismen på arbejdspladsen igen konstrueres, her med forståelsen af, at dette er en ny opbakning, der gør kampen mere synlig.

Opslaget konstruerer derudover et narrativ om, at fællesskabet gør en forskel, der kommer til udtryk i delingen af personlige oplevelser, følelser og erfaringer, samt i anvendelse af det personlige pronomen "jeg", der refererer til afsenderen selv. Hendes oplevelse bliver dog sat i sammenhæng med andres deling af egne oplevelser: "Og en særlig tak til @sofielinde1 - og alle de andre kvinder der gennem årene og den sidste tid har delt deres oplevelser", hvori der ytres en taknemmelighed for andres deling af oplevelser. Endvidere følger italesættelsen af: "Sammen har vi gjort en forskel. Sammen har vi hinandens ryg" til et udtryk for et fællesskab, hvor der anvendes "vi" og "sammen", der fremstår inkluderende for modtagerne. Dette bidrager til en forståelse for, at delingen af egne personlige oplevelser bliver en del af en fælles kamp og et udtryk for et fællesskab, hvori man støtter hinanden. Gennem disse fortællinger konstrueres narrativet om, at fællesskabet gør en forskel, hvori det forstås, at kampen mod sexismen på arbejdspladsen kun vindes i fællesskab. Fællesskabet understøttes yderligere i slutningen af opslagsteksten, hvor der benyttes tre hashtags: "#ligestilling #sexisme #metoo". Gennem brugen af hashtagget foran de tre ord, kan der skabes en følelse af fællesskab og solidaritet, idet hashtagget er et digitalt værktøj på sociale medier, der opfordrer brugerne til at bruge hashtagget som en måde at samle opslag omhandlende det ord, der sættes efter hashtagget (jf. afsnit 3.2.3). Det bliver her en måde at skabe et digitalt fællesskab,

hvor brugere der taler ind i den fælles kamp for ligestilling og MeToo, kan indgå i fællesskabet gennem brugen af hashtagget. På den måde er de tre hashtags med i konstruktionen af narrativet om, at fællesskabet gør en forskel. I opslaget identificeres tre narrativer, hvor de alle er med til at skabe en storytelling om, at den fælles kamp mod sexismen på arbejdspladsen gør en forskel.

I forbindelse med Instagramopslaget fremgår et tilhørende kommentarspor med 10 kommentarer, der taler ind i et narrativ om, at Mette Schak Dahlmann er et forbillede i ligestillingskampen. Dette kommer blandt andet til udtryk gennem kommentarer, der udelukkende består af emojis: “❤️❤️❤️” (Kommentar 4) og “😘😘😘” (Kommentar 7), hvilke billedliggør afsenderens emotioner, hvorfor vi tolker modtagernes følelsesmæssige reaktioner med kærlighed og støtte til samt beundring af opslagets budskab. Yderligere udtrykkes det i de tekstlige kommentarer: “Tak, for din kamp om ligestilling 🏡🌈💪 #ligestilling” (Kommentar 9), “Fedt du deler din historie Mette 🌸🙏” (Kommentar 6) og “Hatten af for din kamp!! Pisse godt gået 💪❤️” (Kommentar 1). I ytringerne udledes en taknemmelighed og respekt til opslaget, hvilket ligeledes understreges i brugen af emojis som “💪” og “🙏”, der symboliserer styrke og taknemmelig. Kommentarerne konstruerer hermed narrativet om, at Mette Schak Dahlmann er et forbillede i ligestillingskampen, hvilket fremviser en tilslutning og opbakning til storytellingen om, at den fælles kamp mod sexismen på arbejdspladsen gør en forskel.

Med afsæt i de udledte narrativer forekommer en digital storytelling om, at den fælles kamp mod sexismen på arbejdspladsen gør en forskel. I kommentarsporet udledes et narrativ om, at Mette Schak Dahlmann er et forbillede i ligestillingskampen, hvortil der identificeres en subjektposition, der finder mening i den storytelling, Mette Schak Dahlmanns Instagramopslag taler ind i. Den digitale storytelling og den identificerede subjektposition i kommentarsporet udledes hermed at blive medproducenter af den diskursive formation af diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*.

7.4.2.4. PRODUKTIONEN AF DISKURS

Med afsæt i ovenstående analyse af Instagramopslag fra både Sofie Linde, Leonora Christina Skov og Mette Schak Dahlmann, der har været med til at forme debatten af den digitale bevægelse MeToo udledes det, at alle tre opslag bliver medproducenter af den diskursive formation

af diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Dette forekommer i konstruktionerne af digitale storytelling om, at alle, der har oplevet sexismen, sammen skal være frontløbere i kampen mod det, at kvindernes kamp mod sexismen på arbejdspladsen er en fælles kamp og at den fælles kamp mod sexismen på arbejdspladsen gør en forskel. Fælles for disse tre digitale storytelling er deres italesættelse af et fællesskab gennem inkluderende pronominer som "os" og "vi". I de tre opslags tilhørende kommentarspor identificeres ligeledes en overordnet subjektposition, der finder mening i den fælles kamp, opslagene taler ind i, hvilket udtrykkes gennem tilsluttende, støttende og taknemmelige ytringer. Analysen af ovenstående opslag bliver hermed udtryk for, at brugerne har en fælles subjektposition, idet diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, findes meningsfuld, hvorfor der kun identificeres én diskurs for de tre opslag til trods for, at hvert opslag har hver sin afsender.

7.4.3. SAMMENLIGNING

I følgende sammenlignes de udledte diskurser fra artiklerne i nyhedsmedierne og fra de tre Instagramopslag. I analysen af artiklerne konstruerer udledte narrativer en storytelling om kvinder som ofre, kvinder som onde og, at MeToo er gået over grænsen, hvorfor diskursen i nyhedsmedierne for denne periode identificeres som, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*. I analysen af de tre udvalgte Instagramopslag samt tilhørende kommentarspor produceres en diskurs om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, gennem storytelling, der omhandler sexismen som et problem i samfundet samt en fælles kamp mod netop dette. Vi ser her, at diskursen på Instagram kan ses som mod-diskurs til nyhedsmediernes, på baggrund af de narrativer, storytellingerne er konstrueret ud fra. Dette da narrativerne på Instagram kredser sig omkring sexismen som et problem og noget der skal kæmpes mod, mens narrativerne i nyhedsmedierne i større grad fremstiller sexismen som en bagatel, der kun bliver et problem, fordi kvinder er for sarte og hysteriske. Her ses således et udtryk for, at narrativerne på Instagram søger at gøre op med den eksisterende fremstilling af feminister og sexismen, der er præsenteret af nyhedsmedierne, hvorfor de kan fremstå som værende mod-narrativer. Dette afspejles i forståelsen af diskurserne, hvor diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, defineres som forskellig fra diskursen om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, gennem en spænding i, hvorvidt MeToo-bevægelsen er relevant eller ej. Dette kan blive tydeliggjort gennem de sociale medielogikker popularity, programmability og connectivity, der identificeres i Instagramopslagene og kommentarspor som en mulighed for, at mod-diskursen kan udfordre

de eksisterende magtforhold, der knytter sig til nyhedsmediernes dominerende diskurs. Instagram som platform muliggør således en deltagelse og tilkendegivelse af holdninger om sexismen som en kamp, der skal kæmpes i fællesskab, som ikke er til stede i nyhedsmediernes. Ved at skabe mod-diskursen vil kvinder have større mulighed for at forandre eller erstatte den dominerende diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, og derigennem skabe rum for selv at kunne definere den gruppe de er en del af, ud fra nye narrativer og storytellinger.

7.5. UDVIKLINGEN AF MEDIERNES DISKURSIVE PRODUKTION AF FEMINISME

Mens ovenstående analyserer produktionen af mediediskurser om feminisme i fire adskilte nedslag, ønsker vi i det følgende at fremlægge ligheder og forskelle mellem de udledte diskurser, for at identificere en udvikling af mediediskurserne om feminisme, med formålet at skabe grundlag for videre undersøgelse af, hvordan de afspejler en bredere samfundsmæssig kontekst. I første nedslagspunkt, Rødstrømpebevægelsen, identificeres diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, der produceres ud fra tre storytellinger, der bidrager til en forståelse af, at der stadig er uligheder mellem kønnene, hvorfor kampen for ligestilling endnu ikke er i mål. Disse uligheder ses udtrykt i, at kvinderne primært vurderes på deres ydre og italesættes som svage i forhold til mænd, samt i en fremstilling af rødstrømperne som hysteriske og ekstremistiske. Diskursen fokuserer således på fortsatte udfordringer og manglende lighed, og anerkender dermed behovet for at arbejde videre på ligestillingsområdet. I andet nedslagspunkt, Kvindekampen mister momentum, identificeres diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*, der produceres ud fra storytellinger, der afspejler en mere post-feministisk tilgang til feminismen og dens resultater. Diskursen ser feminisme som en forældet bevægelse, der ikke længere har relevans eller behov for eksistens, hvilket har afsat i en opfattelse af, at ligestilling allerede er opnået eller, at der er andre problemstillinger, der er vigtigere at fokusere på. Samtidig ses en dobbelthed i italesættelsen af kvindekampen som irrelevant, idet kvindekampen stadig dækkes. Da medie billedet stadig er domineret af fokus på kvinders ydre, feminister som mandehadere samt fastholder de traditionelle kønsroller, bliver mediedækningen et udtryk for, at feminismen gøres mindre relevant. I tredje nedslagspunkt, Den første kvindelige statsminister, identificeres i nyhedsmediernes en diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, hvilket produceres gennem storytellinger, der omhandler kønets betydning i lederstillinger, hvortil kvinder udtrykkes at være det modsatte af kompetent,

og dermed afspejler en modstand mod kvinders indtræden i ledende positioner. Denne diskurs fremhæver stereotype forestillinger om køn og ledelse, og afspejler en manglende anerkendelse af kvinders kompetencer og evner. I Helle Thorning-Schmidts Facebookopslag trækkes på en diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået* og en diskurs om, *hvad en kompetent leder er*. Dog forekommer der i opslagernes tilhørende kommentarer divergerende narrativer og subjektpositioner, der både taler ind i nyhedsmediediskursen og de diskurser, Helle Thorning-Schmidts opslag trækker på. I forlængelse af dette, og det at Helle Thorning-Schmidts Facebook konstruerer storytelling om sig selv som politisk person og ikke formår at skabe en generel diskurs om kvinder med magt, forekommer diskursen produceret i nyhedsmedierne om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede* stadig dominerende. I analysen af MeToo-bevægelsen i fjerde nedslag, er der to forskellige diskurser i spil. Nyhedsmedierne konstruerer en diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, gennem storytelling om kvinder som ofre, kvinder som onde og, at MeToo er gået over grænsen. Diskursen afspejler således en bagatellisering af sexismen som et problem, samt at MeToo har taget overhånd. På Instagram opstår derimod en mod-diskurs, hvor sexismen ses som et problem, der skal bekæmpes i fællesskab gennem diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Diskursen bliver et udtryk for en mod-diskurs, der har afsæt i personlige oplevelser og et digitalt fællesskab, idet Instagram som platform muliggør deltagelse i mod-diskursen, hvorigennem denne kan udfordre de eksisterende magtforhold i nyhedsmediernes dominerende diskurs.

Samlet set viser analysen en udvikling i diskursen om feminisme fra en forståelse af, at der stadig er lang vej i kampen for ligestilling – da der fortsat er fokus på kvinders ydre, svaghed og ekstremisme – til en tendens om postfeminisme, hvor det hævdes, at feminisme har opnået sine mål og ligestilling allerede er opnået. Fra første nedslag til andet nedslag ses altså en udvikling i mediernes fremstilling af feminisme – fra feminisme som en stadig vigtig kamp til et udtryk for, at feminismen har sejret. Herefter ses et fokus på kvindelige politikere, og hvordan de udfordres i diskursen om deres kompetencer, hvor nyhedsmedierne konstruerer fortællinger om manglende kompetence, mens der på de sociale medier opstår mod-narrativer om politisk ligestilling og gode kvindelige ledere. Nedslaget bliver et udtryk for, at selvom Helle Thorning-Schmidt har indtaget rollen som statsminister, vurderes kvinder stadig som inkompetente ledere på baggrund af det, at de er kvinder, hvorfor vi fra andet til tredje nedslag ser et udtryk for, at der stadig er manglende anerkendelse af kvinders kompetencer. Den

manglende anerkendelse af kvinder fortsætter i nyhedsmedierne under MeToo-nedslaget, idet sexismen bagatelliseres som et problem. Dog muliggør Instagram produktionen af en moddiskurs, der betragter sexismen som et problem, der skal bekæmpes i fællesskab. Denne udvikling i diskurser om feminisme og mediernes rolle heri vil blive undersøgt og diskuteret i følgende.

KAPITEL 8

DISKUSSION

8. DEBAT, PERSONLIG FORTÆLLING ELLER STRUKTURELT PROBLEM?

I følgende afsnit præsenteres specialets diskussion, der tager udgangspunkt i at udfolde udviklingen mellem de fire nedslag, for derudfra at forholde os til, hvordan nyhedsmedielogikker og sociale medielogikker kan argumenteres at have indflydelse på de udledte mediediskurser. Herudfra ønsker vi at diskutere mediernes indflydelse på opfattelsen af feminisme i samfundet, hvor vi ser, at nyhedsmedierne har afsæt i feminisme som værende et debateme, samt at sociale medier bidrager til diskurserne med interaktivitet og autonomi hos brugerne. Dette da vi ud fra analyserne af alle fire nedslag ser, at diskurserne udledt i både nyhedsmedier og på sociale medier overordnet bliver et udtryk for, at feminisme gennem tiden er blevet behandlet som et emne, mange har holdninger til, hvilket kan have medvirket til, at feminisme har opnået synlighed i medierne. Dog finder vi et udtryk for, at feminismens synlighed i medierne i overvejende grad kommer til udtryk som et debateme, hvilket kan medvirke til at samfundet vil forstå feminisme som et holdningsbaseret emne, og ikke som en juridisk, politisk eller strukturel udfordring.

Diskussionen har til formål at berøre, hvordan produktionen af mediediskurser i henholdsvis nyhedsmedier og på sociale medier kan få betydning ud fra blandt andet brugen af medielogikker, samt hvilken indflydelse medielogikker har på forståelsen af feminisme. Heri ligger en undren om, hvilken rolle medialisering og mediering har for mediernes produktion af forståelsen for feminisme. Således har følgende afsnit til hensigt at brede analysens fund ud i et større samfundsmæssigt perspektiv, hvor vi vil undersøge, hvordan medier og mediers behandling af feminisme kan siges at få en betydning for, hvordan feminismen forstås i samfundet. Dette gennem en refleksion over forholdet mellem debat og nyheder, og hvordan mediernes divergerende genrer kan udledes, at påvirke og få betydning for de producerede diskurser indflydelse på offentlighedens forståelse af feminisme. Derudover gennem en undersøgelse af, hvorledes brugere af sociale medier kan argumenteres for at skabe mod-offentligheder gennem produktionen af mod-diskurser.

8.1. MEDIELOGIKKERS INDFLYDELSE PÅ PRODUKTIONEN AF DISKURS

I det følgende undersøges, hvorledes medielogikker påvirker diskurserne i de fire nedslagspunkter. Dette da vi ser, at forholdet mellem forskellige genrer inden for nyhedsmedier har indflydelse på diskursers regime of truth, hvormed de forskellige genrer påvirker magtstrukturer inden for diskursen. Herunder finder vi det relevant at forholde os til, hvorledes et nuanceret indblik i betydningen af objektivitet og subjektivitet kan være meningsdannende for de producerede diskurser i både nyhedsmedier og opslag på sociale medier. Ud fra litteraturreviewet får vi indblik i, hvordan nyhedsmediernes medielogikker har afsæt i et ideal om at være neutral og objektiv, og at dette ideal har baggrund i den institutionelle opgave i at repræsentere virkeligheden (jf. afsnit 3.1.1). I analysen af de fire nedslag finder vi, at flere artikler bærer præg af subjektivitet og holdningsbaserede narrativer, hvilket vi vil udfolde i følgende. Gennem analyserne finder vi, at de dominerende diskurser produceres af nyhedsmediernes og henholdsvis fremsætter, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling, feminismen har sejret sig selv ihjel, kvinder er ikke kompetente til at lede*, samt at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*. Hertil finder vi diskurser på sociale medier om, *politisk ligestilling som endnu ikke opnået, hvad en kompetent leder er*, samt at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*.

8.1.1. GENRES INDFLYDELSE PÅ PRODUKTIONEN AF DISKURS

I nedenstående identificeres, hvorledes nyhedsmediernes genrer har indflydelse på produktionen af diskurs gennem medielogikkernes mulighed for at fremstille nyheder og begivenheder på en specifik måde. Hertil finder vi et komplekst forhold mellem idealet om objektivitet over for artikler med mere subjektivt afsæt, og at dette komplekse forhold har indflydelse på produktionen af diskursen. Det kan eksempelvis ses i første nedslagspunkt i artikel 27, der er skrevet som en kommentar af journalist og forfatter Rolf Bagger, hvor han fremviser et subjektivt syn på kvinder gennem blandt andet at skrive: "Jeg elsker piger, både at se på, tale med og røre ved" (Bilag 2.1, Artikel 27). I artiklens holdningsbaserede indhold ser vi, hvordan inddragelsen af artiklen kan blive et udtryk for, at nyhedsmedier skildrer én side af sagen, hvilket kan ses afspejlende af nyhedsmediets logik om at belyse flere perspektiver og holdninger om et emne. Artiklen opstilles med bylinen: "Rolf Bagger mener" (Bilag 2.1, Artikel 27), hvormed det tydeliggøres, at dette er en kommentar med et personligt synspunkt. Samtidig kan denne

byline med inddragelsen af "mener" også forstås som en måde, hvorpå nyhedsmediet kan fralægge sig ansvaret for den inddragede holdning og således bibeholde idealet om objektivitet. Dette gennem mediets understregelse af, at det er Rolf Bagger, der mener noget, og ikke nødvendigvis en holdning, nyhedsmediet deler.

I artiklerne til andet nedslagspunkt udleder vi, i lighed med første nedslagspunkt, et overvejende subjektivt afsæt i artikeltyper og narrativer. Artiklerne i andet nedslag udgøres af to tredjedele læserbreve, kronikker eller kommentarer (Bilag 6), hvormed det fremstår, at feminisme i denne tid ligeledes har været et emne, der i højere grad er blevet behandlet som noget subjektivt, der skal debatteres, frem for noget nyhedsværdigt, der skal skildres objektivt. Et eksempel på dette er i artikel 103, "Speculum", hvor det italesættes: "Vi er en samling diffuse blæksprutter [...] Jeg er lettet over, at vi i hvert fald ikke længere er rødstrømper eller under deres direkte indflydelse" (Bilag 2.2, Artikel 103), hvor fremstillingen af en subjektiv holdning kommer til udtryk ved brugen af "Jeg" og "vi". Her udledes, at "Jeg" er journalistens fremsættelse af sig selv, hvor hun gennem brugen af "vi" kan argumenteres at skrive på vegne af 90'ernes kvinder. Benyttelsen af pronomenet "vi" kan samtidig ses som et udtryk for nyhedsmedielogikken om identifikation, hvormed der, ved brugen af "vi", skabes et fællesskab mellem journalisten og læserne.

Yderligere finder vi udtryk for subjektivitet i tredje nedslag i eksempelvis den politiske klumme af journalist Mette Line Thorup, hvor hun skriver: "Selvfølgelig betyder det noget, at Helle er en kvinde - uanset hvilken politik, hun fører. Hun vil først og fremmest være en rollemodel for mine døtre og deres generation. For gu er det ej en naturlighed, at kvinder har magt" (Bilag 2.3, Artikel 1). Her ser vi et udtryk for en udfordring og en kritik af stereotype fremstillinger af køn i Mette Line Thorups vurdering af betydningen af, at Helle Thorning-Schmidt er statsminister. I ytringen tydeliggøres, at der eksisterer en stereotyp forestilling om, at det er mænd, der har magt, hvilket der tales ind i gennem: "For gu er det ej en naturlighed, at kvinder har magt". I hendes glæde ved, at Helle Thorning-Schmidt er statsminister, udfordrer hun dermed denne stereotype forestilling med sit eget subjektive afsæt. Samtidig bliver dette subjektive afsæt, der er baseret på en personlig holdning, et eksempel på, hvad journalisten gennem den politiske klumme kan, da der hertil ligger en formodning om, at en politisk klumme fremviser et bestemt politisk synspunkt. Således formodes, at Mette Line Thorup nødvendigvis må have en politisk holdning, der vil blive afspejlet i artiklen. Idet Mette Line Thorup fremviser sin glæde ved en kvindelig leder og italesætter Helle Thorning-Schmidt som

en rollemodel, kan det vurderes, at hun ved at trække på diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede* forsøger at udfordre diskursens regime of truth, til i højere grad at forstå kvindelige ledere som værende kompetente. Hertil opstiller klummen som artikeltype rammer for, at inddragelsen af egne personlige erfaringer og holdninger gør det muligt at være medproducerende af diskurser.

Sidst finder vi, at der også i fjerde nedslagspunkt er et udtryk for, hvordan forholdet mellem objektivitet og subjektivitet kan være meningsdannende for forståelsen af diskursen om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*. Et eksempel herpå er et læserbrev: “#MeToo underminerer kvindekampen” (Bilag 2.4, Artikel 81), hvor holdningen til MeToo i høj grad er kritisk over for bevægelsens effekter i samfundet. Læserbrevet er skrevet af højskoleelev, Carl Elmose Brøcker på 22 år, hvori han ytrer: “Langt de fleste af mine venner hylder ukritisk #MeToo-bevægelsen som ligestillingens primære forkæmper. Jeg selv er for længst stået af” (Bilag 2.4, Artikel 81). Med ytringen bidrager han gennem brugen af egne oplevelser og egen holdning til MeToo, til narrativerne om, at MeToo er gået for vidt, og at der er et forkert fokus i MeToo-debatten. I inddragelsen og kritikken af egne venner, der “hylder ukritisk”, samt brugen af “jeg”, fremstår subjektiviteten i artiklen, hvormed Carl Elmose Brøcker får mulighed for at bidrage til den diskursive formation, der skaber diskursen om MeToo i medierne med sine egne holdninger hertil. Til trods for at læserbrevet og den politiske klumme fra tredje nedslagspunkt, kan siges begge at have afsæt i holdninger, finder vi, at læserbrevet har andre muligheder, idet det her er en almindelig borger, der får mulighed for at udtale sig. Gennem læserbrevet tolker vi, at der muliggøres en bredere mangfoldighed af perspektiver, netop fordi det er almindelige borgere, der kommer til orde og ikke professionelle journalister. Samtidig finder vi også, at læserbrevet kan skabe identifikation, da det gennem holdninger bliver muligt for læsere at identificere sig med og føle sig repræsenteret i medierne. Således har Carl Elmose Brøcker gennem læserbrevet mulighed for at dele holdninger og synspunkter, der kan bidrage til at skabe en følelse af inklusion og identifikation hos læserne. Hertil kan det udledes, at nyhedsmediet har udgivet læserbrevet med formodningen om, at læserne kan identificere sig med indholdet og har interesse for emnet, når det er skildret på denne måde. På den anden side er vi opmærksomme på, at denne brede mangfoldighed, der blandt andet muliggøres gennem læserbreve, stadig har afsæt i nyhedsmediernes udvælgelse af indhold og budskaber, og derfor ikke kan være udtryk for en grænseløs mangfoldighed. Således kan det argumenteres, at mangfoldigheden kontrolleres af det gældende nyhedsmedie, der blandt andet,

ud fra en logik om, at forbinde borgere demografisk og geografisk i deres formidling af nyheder og information, netop præges af en forestilling om mediets publikum, hvorfor grænser for mangfoldigheden nødvendigvis må komme til udtryk i udvælgelsen af, hvem der skal være en del af mangfoldigheden.

8.1.2. JOURNALISTISKE PRAKSISSERS INDFLYDELSE PÅ DISKURSER OM FEMINISME

I undersøgelsen af diskurser om feminisme finder vi, at medielogikker har indflydelse på produktionen af diskurserne, hvortil vi særligt ser, at alle fire nedslagspunkter er præget af subjektive artikeltyper, der fremstår som et resultat af logikken om programmed flow, samt nyhedskriteriet om identifikation. Hertil finder vi, at journalistik som praksis kan argumenteres at få en afgørende rolle i diskursernes mulige påvirkning af offentlighedens forståelse af feminisme. Til en uddybning af dette finder vi det relevant at gå mere i dybden med den journalistiske praksis i sammenhæng med vores allerede udledte felt med afsæt i mediernes rolle, nyhedsmedielogikker og sociale medielogikker. I undersøgelsen af nyhedsmedielogikker findes et ideal om objektivitet og neutralitet i nyhedsproduktion, der dog ud fra ovenstående til dels udfordrer vores forståelse af de praksisser artiklerne, journalisterne og skribenterne afspejler. En forståelse for journalistiske praksisser finder vi blandt andet i beskrivelsen af:

“[...] it should be clear that given the organisational pressures, selection processes and source strategies which contribute to news production, news can never be ‘objective’ in the sense of being uninfluenced by the processes that make it. Indeed, much of the material journalists work with in producing news items is thoroughly contaminated with values, partial descriptions and professional spin” (Manning, 2001, s. 68).

Herved fremmes et nuanceret billede af, hvad nyhedsmediernes logikker indebærer, der illustrerer, at logikkerne ikke blot er karakteriseret af idealet om objektivitet som en stringent retningslinje, men i lige så høj grad er påvirket af, at en fuldendt objektivitet ikke kan opnås. I de fire nedslagspunkter finder vi, at over halvdelen af de udvalgte artikler i hvert nedslag er artikeltyper med formålet om at udtrykke en holdning (Bilag 6), enten fra læseren selv, som et læserbrev eller fra en ekspert, som en kommentar. I denne sammenhæng ser vi, at nyhedsmediets ideal om objektivitet på den ene side kan siges at blive udfordret, hvor det på den anden side kan ses som et udtryk for journalisters pligt om at skildre flere sider af en sag. Hertil ser vi eksempelvis, at dette komplekse forhold mellem subjektivitet og objektivitet ligeledes

kommer til udtryk i nyhedsartikler, hvis formål kan siges at være en neutral skildring af virkeligheden. Dette kommer eksempelvis til udtryk i første nedslagspunkt i artikel 77, hvor Rødstrømpebevægelsen skildres gennem en udlægning af emnet: "I kvindesagen er mænd mere yderliggående end kvinderne" (Bilag 2.1, Artikel 77). Artiklen har afsæt i en statistik fra Gallup, der har spurgt den danske befolkning ind til rødstrømperne og kvindesagen. Artiklen bygges op omkring resultaterne fra statistikken, hvor det eksempelvis ytres, at "Over 80% af befolkningen har hørt eller læst om dem [rødstrømperne]" (Bilag 2.1, Artikel 77). Til trods for at artiklen fremstår som en nyhedsartikel, der arbejder ud fra et ideal om objektivitet, ser vi formuleringer af resultater og begrundelser for statistikken, der kan vurderes at udfordre idealet. Dette eksempelvis i ytringen: "Aldersmæssigt konstaterer man, hvad næppe heller overrasker, at rødstrømperne nyder den største good will blandt de unge" (Bilag 2.1, Artikel 77), hvor brugen af udtryk som "næppe heller overrasker" og "nyder den største good will" på den ene side kan argumenteres, at repræsentere et mere subjektivt syn hos journalisten, idet det italesættes, at det ikke bør komme bag på nogen, at rødstrømpernes største procentdel af tilhængere er unge, hvormed journalistens værdier og partiske beskrivelser kommer til udtryk. På den anden side ligger i den journalistiske praksis at skabe identifikation hos læseren, samt at opretholde læserens opmærksomhed gennem journalistisk sprog, hvormed ytringerne samtidig kan blive et udtryk for dette. Journalisten vurderes at skabe identifikation hos læserne gennem ytringer, der kan ses som udtryk for læsernes fælles holdning til rødstrømperne. Således kan ytringerne blive et udtryk for journalistikkens kriterium om identifikation, frem for en subjektivitet hos journalisten. Artiklen kan her afspejle et komplekst forhold mellem objektivitet og subjektivitet, hvilket kommer til udtryk i sproglige greb såsom følelsesbetonede ytringer. Hertil ser vi, hvordan kompleksiteten i journalistiske praksisser kan have indflydelse på produktionen af diskurser om feminisme, idet der fremstår en gråzone, hvori journalisten i sin stræben efter at skabe identifikation med læserne, opstiller ytringer, der kan udfordre objektiviteten.

Et andet eksempel på artikeltypen nyhedsartikel er i fjerde nedslag, hvor artikel 2: "Du gør dig selv til offer": Pia Kjærsgaard langer ud efter Sofie Linde i tv-debat" har afsæt i en tv-debat, hvor politikerne Pia Kjærsgaard og tv-vært Sofie Linde debatterer sexismen og MeToo. Denne nyhedsartikel består primært af citater fra Pia Kjærsgaard og Sofie Linde, der er med til at understrege debattens fokus, samt genfortælle individernes argumenter i debatten. Hvor vi i høj grad ser, hvordan de mere subjektive artikler er præget af et holdningsbaseret,

vurderende og farverigt sprog, ser vi, i modsætning hertil, at denne mere genfortællende nyhedsartikel præsenterer et neutralt udgangspunkt, idet den blot beskriver debatten. Dette ses blandt andet i “- Du gør dig selv til offer. Den påstand afviste Sofie Linde. - Nej, jeg gør ikke mig selv til offer, svarede Sofie Linde” (Bilag 2.4, Artikel 2), hvor det understreges, at journalisten udtrykker et upartisk syn på tv-debatten gennem skildringen af begge sider. Hertil kan det formodes, at journalistens primære formål med nyhedsartiklen har været at skildre et aktuelt og konfliktpræget emne, hvortil idealet om objektivitet kan ses i nyhedsmediets opgave i at repræsentere virkeligheden.

I ovenstående finder vi, at journalistisk praksis har indflydelse på produktionen af diskurs, hvor særligt det komplekse forhold mellem subjektivitet og idealet om objektivitet påvirker produktionen af diskurser om feminisme. Hertil udledes det, at feminisme i nyhedsmediernes i høj grad forekommer som værende noget, hvor flere sider af sagen skal skildres, hvilket kommer til udtryk i nyhedsmediernes udvælgelse af flere artikler med subjektivt afsæt. På denne måde kan nyhedsmedier få indflydelse på feminisme gennem produktionen af diskurser om feminisme, hvis regime of truth består i, at feminisme er noget alle kan have en holdning til.

8.1.3. SOCIALE MEDIERS FREMMELSE AF AUTONOMI & INTERAKTION

Ud fra ovenstående gennemgang, der repræsenterer vores udvalgte empiri ved de fire nedslagspunkter, finder vi yderligere, at modtagerens rolle i, og bidrag til, produktionen af diskurser kan argumenteres at være forskellig alt efter, hvilket medie der er afsæt i. Dette kommer eksempelvis til udtryk under tredje nedslag, hvor vi udover nyhedsmedier også undersøger, hvilken diskurs der skabes gennem udvalgte opslag fra Helle Thorning-Schmidts Facebook-profil. Gennem Facebooks logikker og muligheder ser vi, hvordan brugere gennem kommentarer kan deltage i produktionen af diskursen, hvormed de herigennem kan være medskabende af fortolkninger og repræsentationen af den information, Helle Thorning-Schmidt deler i sine opslag. Derigennem bliver det muligt, at individer kan indgå i et socialt og digitalt fællesskab, med afsæt i en overordnet diskussion om køn i politik. I brugen af et socialt medie udledes, at Helle Thorning-Schmidt har mulighed for at konstruere en fremstilling af sig selv, der bygger på personlige synspunkter i forhold til, hvordan hun ønsker at fremstå. Dog har vi in mente, at hun er politiker, hvorfor det ligeledes forventes, at hendes opslag på Facebook bærer præg af, at hun har politiske standpunkter, hun ønsker at få ud til tilhængere, samt skal

agere professionel i sin kommunikation. Hertil finder vi relevans i Ekman og Widholms (2015) beskrivelse af, at kommunikation gennem sociale medier kan anvendes som en måde, hvorpå der tages kontrol over den offentlige diskurs, hvor politikere har mulighed for at undgå spørgsmål og kritisk granskning (s. 89). Når Helle Thorning-Schmidt anvender Facebook til kommunikation, argumenteres det for, at hun ligeledes opnår en mulighed for at undgå at skulle besvare kritiske spørgsmål, hvormed det kan fremstå fordelagtigt for hende at benytte Facebook som platform til adressering af emner som kvindekamp, ligestilling og feminism. Samtidig ser vi, hvordan hun på Facebook, gennem digital storytelling, får mulighed for at skabe en fortælling om sig selv som politisk person og de politiske sager, hun arbejder for, der kan stå i modsætning til de storytellinger, der konstrueres i nyhedsmediernes. Dette forekommer eksempelvis i nyhedsmediernes produktion af diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, hvorimod Helle Thorning-Schmidt gennem udvalgte opslag producerer en anden diskurs, der fokuserer på, hvorvidt politisk ligestilling endnu ikke er opnået. Det muliggøres således for Helle Thorning-Schmidt på Facebook at skabe andre storytellinger og narrativer, der ikke taler ind i den fremstilling nyhedsmediernes konstruerer, hvormed logikkerne bag sociale medier gør sig gældende i Helle Thorning-Schmidts mulighed for at blive afsender, der producerer eget indhold. Dette ved, at hun på et socialt medie kan få indflydelse på offentlighedens bevidsthed, hvilket muliggøres af de muligheder et socialt medie har, hvor man gennem masse selv-kommunikation kan få autonomi og blive uafhængig af nyhedsmedier (jf. afsnit 3.1.2). Hermed argumenteres, at Helle Thorning-Schmidt med anvendelsen af Facebook, og gennem skabelsen af masse selv-kommunikation, får autonomi, og dermed bliver uafhængig af nyhedsmediernes fremstillinger og produktion af diskurs. Samtidig bliver hendes anvendelse af Facebook et udtryk for logikken bag udvælgelse, da de udvalgte opslag formodes at have til formål at opnå opmærksomhed, og at indholdet i opslagene således er udvalgt på baggrund af dette. Ydermere ser vi, hvordan de sociale medielogikker, programmability og connectivity, gør sig gældende i følgernes muligheder for både at kommentere på Helle Thorning-Schmidts opslag samt interagere med hinanden på tværs. Gennem Facebook tilvejebringes en mulighed for, at hendes følgere eller andre, der ønsker at kommentere på hendes opslag, kan udvikle et netværk for interaktion, hvor man således kan udgive egne holdninger, samt kommentere på og interagere med andres kommentarer til givne opslag. På den måde kan det argumenteres, at Facebook som social medieplatform giver andre muligheder for både Helle Thorning-Schmidt, der selv kan distribuere, udvælge, filtrere, redigere og

videreformidle information til modtagere, samt for modtagerne, der kommenterer og interagerer med hendes opslag, hvor det muliggøres at tilkendegive en holdning, der ikke nødvendigvis vil blive stillet lige så ukritisk og subjektivt op i nyhedsmedierne, eller skal gennem deres udvælgelsesproces.

8.1.3.1. INSTAGRAMS FORDRING AF FÆLLESSKAB

Fremstillingen af MeToo-bevægelsen på sociale medier er som udgangspunkt anderledes end det indblik, læsere får gennem nyhedsmedier, da artiklerne arbejder ud fra andre medielogikker, såsom idealet om objektivitet og neutralitet. Med udgangspunkt i resultaterne fra analysen ser vi, at måden, hvorpå publikum bliver en del af begivenheden er forskellig alt efter medie. I fjerde nedslagpunkt tages udgangspunkt i det sociale medie Instagram med opslag fra kvinder, der er italesat som havende en rolle i MeToo-bevægelsen i Danmark (jf. afsnit 4.2.2), hvor følgere inviteres indenfor i bevægelsen på en anden måde end gennem artikler i nyhedsmedierne. Opslagene på Instagram tilbyder en mere personlig indførelse i bevægelsen, der blandt andet illustreres gennem delingen af personlige oplevelser med sexismen. Gennem sociale medier muliggøres det som tidligere nævnt, at brugerne får autonomi, og dermed kan konstruere deres egen fortælling uden om nyhedsmediernes logikker om udvælgelse og produktion. Her får følgere indblik i brugerens personlige oplevelse med sexismen, fremstillet gennem en ærlig og relevant fortælling. Brugerne har således mulighed for at blive koblet mere til det subjektive og følelsesmæssige i bevægelsen, hvorfor der skabes en relation mellem bevægelsen og brugerne. Dette understøttes ligeledes af de sociale medielogikkers mulighed for subjektivitet gennem connectivity, hvor brugere netop kan få indblik i personers liv gennem personlige profiler, samt ved deltagelse i fortællingen, der skabes ved brug af likes og kommentarer. Disse logikker bidrager således til den diskursive formation, hvorudfra diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, konstrueres ved teknologisk at fordrer et digitalt netværk. Dette sker gennem muligheden for interaktion mellem brugere, hvorved den diskursive formation forstærkes. Logikkernes betydning for fremstilling af indhold i henholdsvis nyhedsmedier og på sociale medier, ses eksempelvis i artiklernes skildring af begivenheder, der knytter sig til feminismen og MeToo, hvilket blandt andet ses i en række artikler i forbindelse med Kvindernes Kampdag (Bilag 2.4, blandt andet artikel 65, 66, 67, 68, 69 & 70). Artiklerne præsenterer alle en begivenhed, hvor MeToo og ligestilling får nyhedsværdi qua dagen de udgives på. Samtidig bidrager artiklerne med en mere overbliksskabende og faktuel informerende

gennemgang af kvindekampen i 2021, der står overfor de mere personlige oplevelser, der deles i opslagene på Instagram. Mens Instagramopslagene inviterer brugeren ind i den personlige oplevelse, som en del af fællesskabet, ser vi, at der ud fra nyhedsmedierne opstår en afstand mellem læser og indhold. Denne afstand kommer både til udtryk i artikler med et mere objektivt afsæt samt de subjektive artikler, idet nyhedsmediets logikker ikke lægger op til interaktion nyhedsmediet og modtager imellem, men derimod har til formål at informere og vidensdele med modtagere uagtet, hvorvidt det er en artikel med objektivt eller subjektivt afsæt. Således er modtageren af artikler ikke med til at producere en diskurs på samme måde, som en modtager kan være på sociale medier. Herudfra kan det argumenteres, at produktionen af diskurs nødvendigvis må være divergerende i de to typer af medier. Der forekommer dog et udtryk for en mere subjektiv deltagelse i diskursen gennem tidligere nævnte læserbrev af Carl Elmo Brøcker (jf. afsnit 8.1.1), hvorfor argumentationen er med forbehold for, at nyhedsmedierne gennem eksempelvis læserbreve, kommentarer og klummer, har mulighed for at skabe indhold med mere holdningsbaseret afsæt, der dog stadig er påvirket og underlagt det givne nyhedsmedies udvælgelse af indhold. Hvor der gennem opslagene på sociale medier produceres diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, hvori diskursens regime of truth består i, at brugere står sammen i kampen mod sexismen, ser vi, i modsætning hertil, at nyhedsmediernes diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel* består i en sandhed om, at MeToo udgøres af polariserende holdninger, der særligt kommer til udtryk i artikler såsom kommentarer, læserbreve og klummer. Herudfra skabes således en forståelse af betydningen af de to medietypers forskellighed, da der gennem nyhedsmedierne konstrueres diskurser, hvis regime of truth kan siges at blive udfordret i opslag på sociale medier.

Ud fra ovenstående bliver det tydeligt, hvordan et individbaseret og subjektivt afsæt i artikler og i opslag på sociale medier over for et mere neutralt afsæt hos journalister, har betydning for produktionen af diskurser. Dette da vi ser, hvordan et budskab ud fra personlige erfaringer og holdninger, hvor læsere og brugere herudfra kan forme egne holdninger, står i modsætning til nyhedsartikler underlagt idealet om objektivitet, der i høj grad har til formål at gengive eller fortælle noget nyhedsværdigt. Med udgangspunkt i dette finder vi, at måden artiklerne i de fire nedslagspunkter bidrager til, og taler ind i, de udledte diskurser, påvirkes af hvilken artikeltype, der gør sig gældende. Dette da artikler med et mere subjektivt afsæt kan ytre mere yderliggående holdninger, hvorimod nyhedsartikler skildrer begivenheder mere

faktuelt. Dette bliver et udtryk for nyhedsmediernes logik om programmed flow, hvor udvælgelse og produktion af indhold afhænger af, hvad de formoder vil tilvejebringe læsernes opmærksomhed og være i læsernes interesse. Samtidig ser vi, hvordan diskurserne produceret i udvalgte opslag fra sociale medier, kan argumenteres at være påvirket af de sociale medielogikker, der fremmer en mulighed for at få autonomi, dele personlige erfaringer, samt skabe interaktion brugere imellem.

8.2. MEDIEDISKURSERNES INDFLYDELSE PÅ OFFENTLIGHEDEN

Ud fra ovenstående udledning af, hvordan artikler influeres af nyhedsmedielogikker, samt hvordan sociale medielogikker får betydning for diskurser produceret på sociale medier, finder vi det relevant at forholde os til, hvordan medierne gennem diskurs herudfra kan argumenteres at få en indflydelse på den sociale virkelighed og i samfundet, i deres adressering af offentligheden. Dette da ovenstående illustrerer, at det på den ene side er medierne, der kan siges at få indflydelse på samfundets opfattelse af feminisme, mens det på den anden side er samfundets bevægelse, der påvirker medierne, hvormed vi ser et gensidigt forhold mellem medier og samfund. Hertil forstår vi, at det er diskurs, der skaber offentligheden, hvor nyhedsmediernes produktion af diskurs vil adressere offentligheden gennem diskursen. Når vi identificerer diskurser i nyhedsmedierne, er det samtidig en produktion af offentligheden. Ud fra Warner (2002) fremsættes vores forståelse af nyhedsmediernes adressering af offentligheden gennem diskurs, med udgangspunkt i, at offentligheden defineres som havende afsæt i mennesker organiseret som blandt andet nationen (jf. afsnit 3.1), idet de udvalgte nyhedsmedier er landsdækkende, hvorfor deres publikum potentielt kan være hele den danske befolkning. Vi ønsker med forståelsen af nyhedsmediernes diskursers adressering af offentligheden at undersøge dette i sammenhæng med medialisering for at afdække, hvordan nyhedsmedierne som institution har potentiale til at få indflydelse på kultur og samfund. Hertil ser vi, at sociale medier med deres muliggørelse af autonomi for den enkelte bruger, har potentiale til at skabe en mod-offentlighed, hvor medieringsperspektivet kan bidrage til en forståelse for, hvordan individer bruger sociale medier. Således vil nedenstående afsnit være præget af vores egen forståelse for, hvordan den sociale virkelighed kan sige at blive konstrueret gennem de to typer af medier med hver deres perspektiv, for derudfra at udlede, hvordan de producerede diskurser kan diskuteres i forhold til offentlighedsbegrebet.

8.2.1. MEDIALISERING AF FEMINISME

På tværs af analyserne af nyhedsmedierne ser vi, hvordan medialiseringsperspektivet kan give indblik i, hvordan mediernes produktion af diskurser om feminisme kan få betydning i samfundet og andre institutioner. Dette udledes af en overordnet antagelse om, at nyhedsmediernes fremstilling af kvinder og feminisme gennem tiden har haft indflydelse på samfundets opfattelse og forståelse af feminisme. Ud fra ovenstående finder vi, at medialisering beskriver den proces, der ligger i mediernes evne til at påvirke den offentlige holdning, idet de kan bidrage til at udbrede eller afvise stereotype fremstillinger af blandt andet køn, lederskab og sexismen. Således viser medialiseringen sig i nyhedsmediernes måde at producere indhold på, hvori de får mulighed for at producere og påvirke diskursen i samfundet. Heri ligger således nyhedsmediernes institutionelle praksis. Ved at nyhedsmedierne kan vælge at fremhæve visse aspekter af feminisme eller bestemte perspektiver i deres dækning af feminisme, kan de få indflydelse på, hvordan samfundet forstår og taler om emnet, hvorfor det argumenteres, at nyhedsmediernes medialisering af feminisme spiller en afgørende rolle i, hvordan feminisme opfattes af forskellige grupper i samfundet. Altså viser medialiseringen af feminisme sig i mediernes mulighed for produktion og distribution af information, i deres mulighed for at konstruere en opfattelse af virkeligheden, hvorigennem de har indflydelse på, hvordan identitet og kultur formes. Medialiseringen viser således, at nyhedsmedier har en magt, idet de spiller en vigtig rolle i, hvordan samfundet kan forstå feminisme. Herudfra ser vi, at medialiseringen af feminisme kommer til udtryk i artiklernes valg af blandt andet sprog og stereotyper, da anvendelsen af bestemte ord, udtryk og myter kan argumenteres at have en ideologisk undertone og dermed påvirkning, der kan bidrage til at opbygge bestemte holdninger til feminisme og dets mål. I nyhedsmediernes mulighed for at adressere offentligheden gennem diskurs, vil produktionen af diskurs af den adresserede offentlighed opfattes som værende sandheden om feminisme. Ud fra litteraturreviewet ser vi, hvordan medialiseringsperspektivet kan bidrage til en forståelse for, hvordan medialisering kan påvirke og transformere offentlighedens forståelse af bestemte emner (jf. afsnit 3.1.1). Dette fordi medierne spiller en central rolle i at konstruere og forme en virkelighedsopfattelse. Heri ligger en forståelse af mediernes magt, idet deres produktion af diskurser har mulighed for at gennemsyre offentlighedens forståelse og strukturere tænkningen om feminisme. Nyhedsmediernes produktion af diskurser kan anses som magtfuld, idet de kan bidrage til at forme menneskers måde at tænke, føle og handle

på, hvormed det således kan argumenteres, at diskursernes magt, kan konstruere vores viden om samfundet og feminismens betydning heri. Med afsæt i vores analyser finder vi, at medierne medialisere feminisme gennem deres formidling og konstruktioner af bestemte stereotyper om kvinders rolle og betydning i samfundet, der har indflydelse på opfattelsen af feminisme. I nyhedsmediernes afgørende rolle i at udvælge og vinkle indhold finder vi, at medielogikkerne til dels kan bidrage til subjektivitet, og lige så få indflydelse på samfundets opfattelse af kønsrelaterede spørgsmål. Hertil argumenteres at medialiseringen af feminisme og mediernes adressering af offentligheden gennem diskurs, kan bidrage til en bestemt fortælling og konstruktion af det kvindelige køn, hvilket vil blive udfoldet i nedenstående.

Ud fra første nedslagspunkt ser vi, hvordan medialisering af feminisme kan få betydning for, at kvinderne i 1970'erne og andre meningsdannere får en platform, hvor det muliggøres, at deres erfaringer og holdninger sættes på dagsordenen. Dette da de netop får ordet i nyhedsmediernes, hvormed nyhedsmediernes ikke kun bliver præget af journalister og nyhedsartikler, der er underlagt nyhedsmedielogikker. Derimod ser vi netop, hvordan idealet om objektivitet og ideen om, at høre flere sider af en sag, gør det muligt at fremstille kvindernes kamp for ligestilling på forskellige måder, hvor feministiske tilgange ikke udelukkes, men derimod bliver et debateme. Idealet om objektivitet og neutralitet medfører, at der i forhold til kvinders kamp for ligestilling er to sider af sagen, hvor objektiviteten opnås ved at skildre begge sider. Hvis nyhedsmediernes i stedet blot opererer med én side – at kvinder skal have lige rettigheder, kan dette udfordre medielogikkerne, idet man i valget af side ikke nødvendigvis opnår neutralitet. Her kan det argumenteres, at der gennem fremstillingen af de to sider skabes en konflikt for at fange læserne og skabe debat. Det er således konflikten, der fremkommer gennem opstillingen af flere sider af samme sag, der gør at forståelsen for feminisme bliver, at feminisme er et debateme. Fordi feminisme gennem medierne behandles som et debateme, bliver medialiseringens rolle, at feminisme i kultur og samfund formes af mediernes magt, hvormed det ligeledes kan opfattes som et emne, der lægger op til debat. På den ene side kan det, at feminisme bliver behandlet som et debateme, betyde, at kvindernes kamp for lige rettigheder banaliseres, idet kampen for lige rettigheder ikke behandles som et strukturelt problem. På den anden side kan det formodes, at medialiseringen har ført til en øget synlighed af kvindernes kamp for lige rettigheder og den diskrimination, de tidligere har været underlagt, som en form for minoritet i samfundet. Når feminisme behandles i nyhedsmedier, er det ifølge den

journalistiske praksis en forudsætning, at begge sider belyses, hvorfor feminister får mulighed for at bidrage med personlige erfaringer og holdninger i sagen. Samtidig bidrager dette til, at modstandere af rødstrømperne og kvindekampen også kan få en stemme i debatten, hvormed de kan tale ind i andre storytellinger end dem, der konstrueres af fortalere for rødstrømperne og kvindekampen. Hertil kan det udledes, at de mange stemmer, der opnår opmærksomhed i nyhedsmedierne, forårsager, at forståelsen for kvindekampen og rødstrømperne bliver kompleks. Diskursen om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling* kan på den måde forstås som et udtryk for, at kvinders kamp for ligestilling stadig er ufuldendt og kræver en fortsat indsats. Dog synliggøres feminisme gennem medialiseringen, hvormed der sættes fokus på de udfordringer, kvinder står overfor i samfundet, der imidlertid ikke betyder, at problemet er løst. I andet nedslag ser vi ligeledes, at medialiseringen af feminisme antages at få betydning for offentlighedens forståelse af feminisme, ved mulighederne for mere værdiladede betydningsdannelser i nyhedsmedierne. Her argumenteres den fremanalyserede diskurs *feminismen har sejret sig selv ihjel* at repræsentere et tidspunkt i udviklingen af mediediskurser om feminisme, hvor feminisme på den ene side konstrueres som noget, der ikke er nødvendigt, relevant og vigtigt at omtale længere, mens det på den anden side omdiskuteres, hvilket forårsager, at medialiseringen af feminisme har potentiale til at have to funktioner. Ved at artiklerne taler ind i diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*, med den diskursive sandhed om, at feminisme ikke længere er vigtigt at tage stilling til eller beslutninger om, ses den første funktion om, at de har potentiale til at fasttømre denne sandhed i samfundet, hvormed feminisme ikke vil blive behandlet som havende afsæt i et politisk, strukturelt eller juridisk problem. Samtidig opstår et komplekst forhold, idet artiklerne diskuterer feminisme og belyser problematikker herom, hvorfor anden funktion symboliserer, at der er en nødvendighed for, at andre institutioner i samfundet, såsom politiske, nødvendigvis må forholde sig til, og tage beslutninger om, det. Hertil kan vi ud fra resultaterne af tredje nedslag, med den fremanalyserede diskurs produceret af nyhedsmedierne, *kvinder er ikke kompetente til at lede*, stille os undrende over for, hvorvidt medialiseringen af feminisme har haft effekt på institutioner såsom politik. Ud fra tredje nedslag ser vi, hvordan feminisme og kampen for ligestilling kan siges, på den ene side at være kommet langt, idet Danmark får den første kvindelige statsminister, hvorimod der på den anden side er en overvægt af fremstillinger og konstruktioner af den kvindelige statsminister som værende inkompetent til at lede. Gennem nyhedsmediernes italesættelse af, at kvinder ikke har de nødvendige evner til at have magt og kunne lede,

fremstår et skel mellem disse meningsdannelser mod det faktum, at Danmark til trods herfor ledes af en kvinde. Medialiseringen af feminisme ser vi involverer diskussioner og debatter om kønsrepræsentation, hvilket gennem en udledt storytelling om kønnets betydning i politik forekommer som en diskrepans mellem fremstillingerne af, at køn vurderes som havende betydning i politik, hvor italesættelsen af kønnet dog vidner om, at det tillægges en betydning, fordi det netop får plads i nyhedsmediernes. Medialiseringen af feminisme formodes således at få en betydning for offentlighedens opfattelse af køn i politik, og ikke mindst Helle Thorning-Schmidt som den første kvindelige statsminister, i den periode, hvor det er hende, der er statsminister, hvor medialiseringen dog kan argumenteres at medvirke til flere paradoksale forståelser af betydningen af en kvindelig statsminister. Ligeledes ser vi, at der opstår et komplekst og paradoksalt forhold mellem nyhedsmediernes produktion af diskursen *MeToo har debatteret sig selv ihjel* og det faktum, at nyhedsmediernes netop bidrager til debatten om MeToo. Heri bliver medialiseringen tydelig i mediernes dækning af MeToo, hvor debatter og synlighed om emner såsom sexismen, krænkende adfærd og kønsmagt på arbejdspladsen, formodes at få indflydelse på, hvordan offentligheden forstår, taler om og danner holdninger til MeToo.

Ud fra ovenstående kan det argumenteres, at offentlighedens forståelse af feminisme i høj grad må forventes at formes af mediernes indhold, formidlingsformer og logikker. Nyhedsmediernes som havende en central rolle i produktionen af diskurser og opretholdelsen af offentlig debat, kan argumenteres at få betydning for medialiseringen af feminisme, idet nyhedsmediernes magt og kontrol over indholdet og vinkler, kan få indflydelse på hvilke historier og perspektiver, der prioriteres, og hvilke der marginaliseres eller udelades. Magtfordelingen kan således påvirke, hvilke stemmer, der bliver hørt, og hvordan offentlighedens holdninger og forståelse for feminisme dannes og repræsenteres. Samtidig finder vi ud fra vores analyser, at nyhedsmediernes får konkurrence fra sociale medier, hvor andre teknologiske logikker spiller en rolle i muligheden for at få indflydelse i debatten og dermed også i produktionen af diskurser om feminisme.

8.2.2. MEDIERING AF FEMINISME

I tredje nedslag og analysen af Helle Thorning-Schmidts anvendelse af Facebook, finder vi, at der overordnet produceres en diskurs om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*. Hertil

kan det overvejes, hvorvidt diskursen identificeret gennem Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil kan ses som værende udtryk for forskellige former for offentlighed. Sættes diskursen over for nyhedsmediernes dominerende diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, tydeliggøres det, hvordan det gennem sociale medier tilgængeliggøres, at denne sandhed tages op til revision gennem skabelsen af en mod-diskurs. Hertil ser vi, hvordan diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*, kan argumenteres at blive produceret som en form for mod-diskurs til nyhedsmediernes diskurs. Ud fra dette og skabelsen af en mod-diskurs kan der ligge en forventning om, at der opstår en mod-offentlighed. Hertil forstår vi, at Helle Thorning-Schmidt med sine opslag på Facebook har potentiale til at skabe en mod-offentlighed, gennem produktionen af diskursen om *politisk ligestilling som endnu ikke opnået*. Dette da hun ud fra nyhedsmediernes diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, fremstår som en minoritet, der kan være i konflikt med diskursens regime of truth. På den anden side ser vi, at Helle Thorning-Schmidt ikke udledes at være skabende af en egentlig mod-offentlighed, idet diskursen opslagene på hendes Facebook består af, ikke fremstår som et direkte "mod-svar" til eller i konflikt med diskursen produceret i nyhedsmediernes. Vi stiller os hertil undrende over for, hvorvidt Helle Thorning-Schmidt grundet sin position som statsminister reelt er i stand til at kunne skabe en mod-offentlighed, idet hun forventeligt er underlagt nogle retningslinjer, regler og normer, offentlige politikere må følge. Hertil kan diskursen, udledt i opslagene, ses som et resultat af disse normer, hvor hun adresserer, at politisk ligestilling endnu ikke er opnået, men ikke konkret går i konflikt med nyhedsmediernes ved at bidrage til en konstruktion af, at kvinder er kompetente til at lede. Således ser vi altså, hvordan Helle Thorning-Schmidts Facebook på den ene side har potentiale til at skabe en mod-offentlighed gennem produktionen af en mod-diskurs til nyhedsmediernes, samt at der ligger noget latent i, at hun i sig selv, som kvindelig statsminister, modsiger nyhedsmediernes konstruktion af, at kvinder er inkompetente ledere. På den anden side bliver hendes Facebook ikke et resultat af en egentlig mod-offentlighed, da hun ikke kan gå i offentlig konflikt med nyhedsmediernes adressering af offentligheden gennem diskurs. Derimod kan det ud fra perspektivet om, at hun ikke kan gå i offentlig konflikt med nyhedsmediernes adressering af offentligheden gennem diskurs argumenteres, at grunden er, at hun selv gennem produktion af diskurs på hendes Facebookprofil kan anses for at adressere offentligheden, idet hun er Danmarks statsminister. Forholdet mellem Helle Thorning-Schmidt som politiker, hendes brug af medier og det hun gør gennem medierne betyder, at forståelsen for, hvordan de producerede diskurser skaber en

offentlighed, bliver kompleks. Hvor undersøgelsen af Helle Thorning-Schmidt som potentiel skaber af en mod-offentlighed eller som adresserende af offentligheden gennem diskurs, på hendes Facebook, giver udtryk for et i overvejende komplekst forhold mellem hende som politikere og hendes brug af et socialt medie, ser vi også et komplekst forhold i kommentarsporerne. I denne sammenhæng fremstår diskurserne i kommentarerne ikke at være adresserende af en mod-offentlighed, men derimod som adresserende af offentligheden, nyhedsmediernes diskurs adresserer og bidrager til dennes virkelighedsopfattelse. Andre kommentarer kan derimod fremstå som at have elementer af en mod-offentlighed til den offentlighed, nyhedsmediernes adresserer gennem diskurs. Idet kommentarerne, gennem storytelling om blandt andet Helle Thorning-Schmidt som en inkompetent statsminister, taler ind i nyhedsmediernes diskurs om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, argumenteres det, at kommentarerne gennem italesættelsen af diskursen adresserer den offentlighed, der ligeledes adresseres af nyhedsmediernes diskurs. Dette da italesættelserne fremkommer som værende kritiske overfor Helle Thorning-Schmidts person og virke som politiker. Disse kritiske kommentarer udledes at blive medproducerende af diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, idet de nedgør Helle Thorning-Schmidt som statsminister. Heroverfor finder vi, at andre kommentarer har afsæt i en glæde overfor Helle Thorning-Schmidts rolle som Danmarks første kvindelige statsminister og hendes handlinger. Disse kommentarer har potentiale til at skabe en form for mod-offentlighed, idet de fremstår i konflikt med den udledte diskurs, der produceres af nyhedsmediernes og adresserer offentligheden. Dette da kommentarerne med de støttende ytringer fremviser en tiltro til, at kvinder er kompetente til at lede. Således bidrager kommentarfunktionen på sociale medier til, at brugere kan blive både medproducenter af diskursen i offentligheden eller at de kan skabe deres egen mod-offentlighed, såfremt de ikke forstår den dominerende diskurs som værende sand.

Ydermere ser vi, hvordan analysen af Instagramopslag bliver et udtryk for mediering. Hvor nyhedsmediernes producerer en diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, produceres på Instagram en diskurs om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*, hvilket taler ind i en offentlighed, der ikke dækker over hele nationen, men derimod opstår i den specifikke gruppe af mennesker, der identificeres gennem deres deltagelse i diskursen i offentligheden. Offentligheden adresseres her gennem et fællesskab af kvinder, der har oplevet sexismen på arbejdspladsen eller på anden vis kan identificere sig med budskabet, der tydeliggøres i opslagene. Med udgangspunkt i litteraturreviewet og vores opnåede viden om, hvordan kvinder

anses som værende en socialt underordnet gruppe (jf. afsnit 3.2.3), finder vi, at identifikationen af offentligheden i Instagramopslagene, kan argumenteres at være et udtryk for en minoritetsgruppe. Dette skal dog ikke ses som en udelukkelse af andre, der ikke har oplevet sexismen på arbejdspladsen og ikke er kvinder, men kræver, at deltagerne kan finde sig selv i adresseringen af offentligheden og dermed deltager i diskursen om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Det bliver herigennem tydeligt, at der med diskursen på Instagram adresseres en anden offentlighed end den i nyhedsmediernes, da opslagene bidrager til produktionen af en mod-diskurs til nyhedsmediernes dominerende diskurs. Der er i de to udledte diskurser forskel på logikkerne ud fra hvilke diskurserne produceres, hvor især delingen af oplevelser om sexismen på arbejdspladsen og støtte til hinanden bliver tydeligt på Instagram. I nyhedsmediernes adresseres offentligheden gennem diskursen konstrueret af blandt andet storytelling om kvinder som ofre og onde, der trækker på en myte om kvinder som hysteriske, interdiskursivt på en historisk diskurs om heksejagt og intertekstuel på monstre, hvorfor denne offentlighed præges af forståelser, der kan genkendes af det brede publikum, der er en del af offentligheden, hvor allerede etablerede forventninger til storytelling om kvinder er med til at skabe den adresserede offentlighed, der derigennem bliver den dominerende. Den offentlighed, der adresseres i Instagramopslagenes diskurs, bygger på en relation til denne dominerende offentlighed, hvor relationen er skabt gennem konflikt, hvorfor opslagenes offentlighed kan ses som en mod-offentlighed. Mod-offentligheden, der adresseres gennem diskursen på Instagram, bliver således en parallel diskurs, hvor subkulturen af danske kvinder, der kan identificere sig med budskaberne om sexismen, kan fortolke deres identitet på en anden måde, end den dominerendes fortolkning af dem som blandt andet hysteriske, onde og sarte. Denne fortolkning optræder gennem MeToo-bevægelsen i en refleksiv cirkulation af tidligere og samtidige tekster og begivenheder af kvinder som minoritet, der netop ses i inddragelsen af myter, stereotyper samt interdiskursive og intertekstuelle referencer til allerede etablerede fortællinger om kvinder. I og med at mod-offentligheden adresseres gennem diskurs på et socialt medie, fremmer det deltagelse på en anden måde, end ved nyhedsmediernes, gennem muligheden for at dele, like, kommentere og lignende. Her kan medlemmerne af mod-offentligheden altså deltage aktivt i produktionen af diskursen og dermed i adresseringen af offentligheden.

Ud fra vores forståelse af medieringsperspektivet finder vi, at måden hvorpå et socialt medie anvendes, kan have betydning for den sociale og kulturelle virkelighed. Ved at brugere og personligheder, såsom Helle Thorning-Schmidt, gennem et socialt medie får mulighed for at producere diskurser, der modsiger nyhedsmediernes, muliggøres det ligeledes at konstruere en anden forståelse af feminisme, der fokuserer på andre aspekter af debatten end det nyhedsmediernes fremstiller. Gennem medieringsperspektivet ser vi således, hvad brugere på sociale medier gør i relation til medier på tværs af kontekster og situationer, hvormed der opstår muligheder for at producere mod-diskurser, der under MeToo-bevægelsen ligeledes argumenteres at skabe en mod-offentlighed. Hvor mediering beskriver indflydelsen af kommunikation mellem mennesker digitalt, ser vi, at medieringens indflydelse i tredje nedslag udtrykker et resultat af kommunikation mellem mennesker som polariseret, hvilket kommer til udtryk i de to diskurser, der udledes i kommentarerne, hvorimod mediering i fjerde nedslag bliver et udtryk for et fællesskab brugere imellem. På den ene side kan dette være et udtryk for en udvikling mellem de to nedslagspunkter, der fremviser, at individers brug af kommunikation på sociale medier har ændret sig. På den anden side kan det ses som et resultat af, at opslagene har to forskellige omdrejningspunkter – en politisk person versus en digital bevægelse, hvori der i en politisk person ligger, at mange forventeligt har forskellige holdninger hertil, hvorimod der i en bevægelse lægges op til et fællesskab. Heri forstås, at ikke alting kan forklares gennem de sociale mediers logikker, idet forskellen på Helle Thorning-Schmidt som politisk person og MeToo som digital bevægelse, ligeledes kan have betydning for brugen af og formidlingen gennem de sociale medier.

8.3. FEMINISME SOM DEBAT

Ovenstående belyser, hvordan diskurserne udledt i analyserne af de fire nedslag overordnet bliver et udtryk for, at feminisme gennem tiden er blevet behandlet som et emne, mange har holdninger til, hvilket har medvirket til synlighed i medierne. Dog finder vi i analyserne et udtryk for, at feminismens synlighed i medierne i overvejende grad kommer til udtryk som et debattemne, hvilket kan medvirke til at offentligheden vil forstå feminisme som et holdningsbaseret emne, og ikke som en juridisk, politisk eller strukturel udfordring. Ud fra ovenstående finder vi, at når det kommer til mediediskurser om feminisme, i både nyhedsmedier og på sociale medier, bliver produktionen af viden en form for magt, da medierne gennem diskurs har mulighed for at skabe en forståelsesramme og en virkelighedsopfattelse om feminisme.

Medierne har således en afgørende rolle i definitionen, kontekstualiseringen og repræsentationen af feminisme. Gennem nyhedsmediernes logikker ser vi, at medialisering af feminisme, blandt andet kommer til udtryk i fremstillingen af feminisme som værende afspejlet og konstrueret i skildringen af flere sider af sagen. Altså har medialiseringen potentiale til, at de logikker, der styrer medierne, også vil være logikker, der styrer hvordan feminisme behandles. På den måde bliver nyhedsmedielogikken om at vise flere sider af en sag, indlejret i feminismen, og feminisme forekommer derfor som et holdningsbaseret emne. Måderne, hvorpå nyhedsmedierne udvælger, præsenterer og behandler feminisme er således med til at producere diskurser, der danner grundlag for en sandhedsopfattelse, hvorigennem feminisme forstås og opfattes af samfundet som helhed. Heri ligger en forståelse af, at feminisme bliver behandlet som et debateme frem for havende afsæt i et strukturelt problem, hvilket ydermere har afsæt i, at forskelligheden i artikeltyper ligeledes præger artiklernes form.

Endvidere finder vi, at magt ligeledes er impliceret i spørgsmålet om, hvorvidt og under hvilke omstændigheder viden om feminisme anvendes. Ved brug af sociale medier muliggøres og lægges op til, at dele personlige holdninger og erfaringer, der kan være medproducerende af mod-diskurser til nyhedsmediernes dominerende diskurser i konstruktioner af feminisme. Hvor nyhedsmedierne som institution har magt til at fremhæve eller undertrykke forskellige aspekter i udvælgelsen af indhold om feminisme, har brugere på sociale medier en anden form for magt, der ikke på samme måde er institutionaliseret. Gennem personlige fortællinger kan brugere af sociale medier selektivt repræsentere og konstruere diskurser om feminisme, hvorudfra disse kan være skabende af en mod-offentlighed. Her finder vi, at der opstår et komplekst forhold mellem Helle Thorning-Schmidt som politisk person og hendes brug af Facebook, idet hun til dels kan argumenteres at have træk af en mod-offentlighed, samtidig med, at diskursen på hendes Facebookprofil på den anden side fremstår som værende adresserende af offentligheden. Derimod er der en tydeligere skabelse af en mod-offentlighed i udvalgte Instagramopslag, hvor subkulturen af danske kvinder, der kan identificere sig med budskaber om sexismen, kan fortolke deres identitet på en anden måde end de fremstillinger, de præsenteres for i nyhedsmedierne. De sociale mediers mulighed for skabelsen af en mod-offentlighed kan således bidrage til produktionen af en mod-magt, der udfordrer den magt nyhedsmedierne har, med et mål om at repræsentere egne værdier og interesser. Gennem medieringsperspektivet ser vi, at der opstår muligheder for at producere mod-diskurser og mod-magt, der ligeledes kan være med til at skabe former for mod-offentligheder. Medieringens

magt argumenteres herudfra at ligge i den kontrol brugere af sociale medier har i distributionen af indhold, hvor det bliver muligt at modsige sig de diskurser, der produceres af nyhedsmediernes og deres adressering af offentligheden. Gennem sociale mediers mulighed for at modsige nyhedsmediernes diskurser, forekommer der ligeledes en mulighed for at modsige sig nyhedsmediernes magt. Nyhedsmediernes magt ligger i deres evne til at definere, hvilke emner og storytelling, der prioriteres i medieindholdet, hvormed nyhedsmediernes kan skabe og forstærke bestemte værdier og diskurser i samfundet. Dermed er medialiseringen af feminisme med til at påvirke, hvordan offentligheden opfatter feminisme, hvilket kan siges at blive udfordret af den magt, brugere af sociale medier har. I kampen om magten over diskursernes sandhed om feminisme ser vi, at logikker har en indflydelse, hvorfor der opstår en yderligere undren om, hvorvidt det er nyhedsmedielogikker eller sociale medielogikker hvis indflydelse er størst i samfundet, og om disse altid vil kunne holdes adskilt?

KAPITEL 9

KONKLUSION

9. KONKLUSION

Denne specialeafhandling har undersøgt, hvilke mediediskurser der produceres om feminisme fra 1970'erne og frem til i dag, samt hvordan nyhedsmedier og sociale medier kan få indflydelse på forståelsen af feminisme gennem diskursernes adressering af offentligheden. Således har det været formålet at undersøge mediers fremstilling af et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, med et fælles mål om at skabe forandringer i samfundet, hvortil specialet har afsæt i nyhedsmediers og sociale mediers fremstilling af feminisme i de fire nedslagspunkter: Rødstrømpebevægelsen, Kvindekampen mister momentum, Den første kvindelige statsminister og MeToo-bevægelsen.

I undersøgelsen af eksisterende litteratur udlægges, at medierne har en tilstedeværelse i offentligheden, der gennem tiden har opnået betydning for kultur og samfund, samt bidraget til meningsproduktionen af den sociale verden. Herudover finder vi, at medialisering, mediering og mediernes logikker påvirker måden, hvorpå indhold og fremstillinger af bestemte emner formes. Yderligere finder vi, at nyhedsmedier i repræsentationen af feminisme har mulighed for at skildre stereotypiske udlægnings. Hertil fordrer sociale medier interaktivitet samt personlige budskaber. Samtidig giver litteraturreviewet indblik i, hvordan brugen af sociale medier kan være et værktøj i skabelsen af mod-offentligheder. Specialets forskningsdesign har afsæt i et longitudinelt single-casestudie, der muliggør dybdegående viden om feminisme over en længere tidsmæssig periode. I indsamlingen af empiri til hvert af de fire udvalgte nedslag, har vi anvendt en formålsbestemt udvælgelse, hvortil udvalgte kriterier havde til formål at sikre specialets fokus. Endvidere arbejdes der i specialet ud fra et socialkonstruktivistisk afsæt, hvor vi er bevidste om, at videnskabsretningen er perspektivistisk, og vores forståelse for virkeligheden og verden, må forventes at have indflydelse på undersøgelsen af mediediskurser om feminisme. Samtidig ser vi ud fra et socialkonstruktivistisk perspektiv, at diskurs konstruerer sandheden om et emne, og dermed kan give et indblik i, hvordan mediediskurser påvirker forståelsen af feminisme, og hvordan disse har ændret sig over tid. På baggrund af dette er analysen udarbejdet med afsæt i Halls (2013) forståelse af diskurs, samt inddragelse af Roses (2016) udlægning af visuel diskurs i sammenhæng med Barthes' (1995) billedretorik.

Med afsæt i analysemetoden har vi undersøgt, hvilke mediediskurser der produceres om feminisme i de fire udvalgte nedslag fra 1970 og frem til 2022. Ud fra analysens resultater konkluderes, at der i første nedslagspunkt er en diskurs om, at *der er lang vej i kvindernes kamp for ligestilling*, der produceres af nyhedsmediernes konstruktioner af storytelling, der blandt andet fremstilles ved fokus på de udfordringer og den manglende lighed, hvilket anerkender behovet for et videre arbejde på ligestillingsområdet. I andet nedslag identificeres diskursen om, at *feminismen har sejret sig selv ihjel*, ud fra storytelling, der fremstiller feminisme som en forældet bevægelse med afsæt i en opfattelse af, at ligestilling allerede er opnået, eller at andre problemstillinger er vigtigere. Ud fra tredje nedslag identificeres i nyhedsmediernes diskursen om, at *kvinder ikke er kompetente til at lede*, udledt fra storytelling, der bidrager til en fortælling om, at kvinder vurderes på, at de er kvinder, hvorfor køn har betydning i magtfulde positioner. Ydermere viser tredje nedslag, at der i undersøgelsen af Helle Thorning-Schmidts Facebookopslag trækkes på en diskurs om, *politisk ligestilling som endnu ikke opnået* samt en diskurs om, *hvad en kompetent leder er*. Disse diskurser konstrueres ud fra Helle Thorning-Schmidts storytelling om sig selv som politisk person, samt gennem kommentarspor, der fremviser divergerende narrativer og subjektpositioner, hvilke både taler ind i nyhedsmediernes diskurs samt de diskurser, der trækkes på i Helle Thorning-Schmidts opslag. I analysen af MeToo-bevægelsen, i fjerde nedslagspunkt, identificeres nyhedsmediernes diskurs om, at *MeToo har debatteret sig selv ihjel*, der afspejler en bagatellisering af sexismen som et problem, samt at MeToo-debatten har taget overhånd. Hertil identificeres en mod-diskurs på Instagram om, at *kampen mod sexismen vindes i fællesskab*. Denne mod-diskurs produceres ud fra delingen af personlige oplevelser og et digitalt fællesskab.

Ud fra specialets undersøgelse af, hvordan nyhedsmedier og sociale medier kan få indflydelse på forståelsen af feminisme gennem diskursers adressering af offentligheden, konkluderes det, at feminisme i den undersøgte periode er blevet behandlet som et debattema i medierne, hvori medielogikker, der blandt andet kommer til udtryk i journalistiske praksisser og genrer, spiller en afgørende rolle for produktionen af diskurser om feminisme. Heri ligger, i medialiseringen af feminisme, at nyhedsmediernes gennem diskursernes adressering af offentligheden har mulighed for at påvirke, at samfundet inkorporerer nyhedsmedielogikken om flere sider af en sag, hvormed feminisme bliver noget alle kan have en holdning til. I forlængelse heraf konkluderes det, at sociale mediers mediering af feminisme fordrer interaktivitet og brugeres medskabelse af mod-diskurser og mod-magt. Hertil bliver produktionen af mod-

diskurser i MeToo-bevægelsen en adressering af en mod-offentlighed, der har potentiale til at udfordre nyhedsmediernes dominerende diskurs' regime of truth. Samtidig finder vi, at diskurserne produceret på Helle Thorning-Schmidts Facebookprofil ikke udelukkende kan ses som havende træk af at adressere en mod-offentlighed, men samtidig kan adressere offentligheden qua hendes status som statsminister. Således konkluderes, at mediediskurserne produceret om feminisme fra 1970'erne og frem til i dag gennem nyhedsmedier og sociale medier under indflydelse af medielogikker, kan siges at adressere forskellige offentligheder, der får indflydelse på forståelsen af feminisme. Hertil udledes, at begge typer af medier, på trods af deres forskellighed, fordrer at divergerende holdninger kan komme til syne, hvormed det konkluderes, at når medier behandler et fællesskab, en bevægelse eller en ideologi skabt af en socialt underordnet gruppe, såsom feminisme, får medielogikkerne en afgørende rolle i, at fællesskabet, bevægelsen eller ideologien bliver behandlet som et emne alle må have en holdning til.

KAPITEL 10

LITTERATURLISTE

10. LITTERATURLISTE

Altheide, D. L. & Snow, R. P. (1979). *Media Logic*. Sage. (s. 9-17)

Ashley, L. & Olson, B. (1998). Constructing Reality: Print Media's Framing of the Women's Movement, 1966 to 1986. *Journalism & mass communication quarterly*, 75(2), 263-277.

<https://doi.org/10.1177/107769909807500203>

Askanius, T. & Hartley, J. M. (2019). Framing Gender Justice: A Comparative Analysis of the Media Coverage of #metoo in Denmark and Sweden. *Nordicom Review*, 40(2), 19-36.

<https://doi.org/10.2478/nor-2019-0022>

Asp, K. (2014). News media logic in a New Institutional perspective. *Journalism Studies*, 15(3), 256-270. <http://dx.doi.org/10.1080/1461670X.2014.889456>

Bal, M. 2009. *Narratology - Introduction to the Theory of Narrative* (3. udgave). University of Toronto Press. (s. 3-15)

Baranauskas, A. J. (2022). News media and public attitudes toward the protests of 2020: An examination of the mediating role of perceived protester violence. *Criminology & Public Policy*, 21(1), 107-123. <https://doi.org/10.1111/1745-9133.12569>

Barker-Plummer, B. (2010). News and Feminism: A Historic Dialog. *Journalism & communication monographs*, 12(3-4), 145-203. <https://doi.org/10.1177/152263791001200302>

Barker-Plummer, B. & Barker-Plummer, D. (2018). Twitter as a Feminist Resource: #YesAll-Women, Digital Platforms, and Discursive Social Change. *Social Movements and Media*, 14(1), 91-118. <https://doi.org/10.1108/S2050-2060201714>

Barthes, R. (1995). Billedets retorik. I B. Fausing & P. Larsen (Red.), *Visuel kommunikation*. Medusa. (s. 44-57).

Barthes, R. (1996). *Mytologier*. Gyldendal. (s. 227-288)

- Blaagaard, & Roslyng, M. M. (2022). The spatial, networked and embodied agency of social media: a critical discourse perspective on Banksy's political expression. *Critical Discourse Studies*, 19(2), 212–226. <https://doi.org/10.1080/17405904.2020.1829665>
- Blach-Ørsten, M. (2021). Politisk kommunikation og journalistik. I M. F. Eskjær & M. Mortensen (Red.), *Klassisk og moderne medieteori* (s. 203-224). Hans Reitzels Forlag.
- Brants, K. & van Praag, P. (2017). Beyond Media Logic. *Journalism Studies*, 18(4), 395-408. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1065200>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2020). *Kvalitative metoder: En grundbog*. Hans Reitzel. (s. 15-29)
- Brooks D. E. & Hébert, L. P. (2006). Gender, Race and Media Representation. I B. J. Dow & J. T. Wood (Red.), *The SAGE Handbook of Gender and Communication* (s. 297-317). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781412976053>
- Casero-Ripollés, A. & López-Rabadán, P. (2014). Media Engagement Boundaries and Political Influence in Europe. *American Behavioral Scientist*, 58(7), 859-868. <https://doi.org/10.1177/0002764213506207>
- Castells, M. (2007). Communication, Power and Counter-power in the Network Society, *International Journal of Communication*, 1, 238-266
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press. (s. 84-179)
- Clark, R. (2016). Hope in a hashtag - the discursive activism of #WhyIStayed. *Feminist Media Studies*, 16(5), 788-804. <https://doi.org/10.1080/14680777.2016.1138235>
- Clark, T., Foster, L., Sloan, L., Bryman, A., & Bryman, A. (2021). *Bryman's social research methods* (Sixth edition). Oxford University Press. (s. 16-36 & 350-389)

- Collin, F. (2014). Socialkonstruktivisme i humaniora. I F. Collin & S. Køppe (Red.), *Humanistisk videnskabsteori* (3. udgave). (s. 417-458). Lindhardt og Ringhof.
- Collin, F. (2021). *Socialkonstruktivisme: En introduktion*. Samfundslitteratur. (s. 13-28)
- Collin, F. (2022). Socialkonstruktivisme i humaniora. I F. Collin, S. Køppe & R. Helles (Red.), *Humanistisk videnskabsteori* (4. udgave). (s. 451-504). Lindhardt og Ringhof.
- Couldry, N. (2004). Theorising media as practice. *Social Semiotics*, 14(2), 115-132.
<https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>
- Couldry, N. (2008). Mediatization or mediation? Alternative understandings of the emergent space of digital storytelling. *New media & society*, 10(3), 373-391.
<https://doi.org/10.1177/1461444808089414>
- Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualizing Mediatization: Contexts, Traditions, Arguments. *Communication Theory*, 23(3), 191-202. <https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Dahlerup, D. (2002). Three Waves of Feminism in Denmark. I G. Griffin & R. Braidotti (Red.), *Thinking Differently: A Reader in European Women's Studies*. (s. 341-350) Zed Books.
- Dahlerup, D. (2018a). Gender Equality as a Closed Case: A Survey among the Members of the 2015 Danish Parliament. *Scandinavian Political Studies*, 41(2), 188-209.
<https://doi.org/10.1111/1467-9477.12116>
- Dahlerup, D. (2018b). Kvindeoprøret. *Samfundøkonomen*, (2), 14-19.
- Danmarkshistorien.dk. (27. maj 2015). *Folketingsvalget 2011*. Hentet 21. marts, fra <https://danmarkshistorien.dk/vis/materiale/folketingsvalget-2011>.
- Dean, J. (2010). Feminism in the Papers: Contested feminisms in the British quality press. *Feminist media study*, 10(4), 391-407. <https://doi.org/10.1080/14680777.2010.514112>
- Dearing, J. W. & Rogers, E. M. (1996). *Agenda Setting*. SAGE Publications. (s. 1-23)
- Ekman, M. & Widholm, A. (2015). Politicians as Media Producers. *Journalism Practice*, 9(1), 78-91. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.928467>

Fairclough, N. (2013). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. (2. udgave), Routledge. (s. 91-126).

Fischer, W. R. (1987). *Human Communication As Narration: Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action*. University of South Carolina Press. (s. 24-84)

Flyvbjerg, B. (2020). Fem misforståelser om casestudiet. I S. Brinkmann & L. Tanggaard (Red.), *Kvalitative metoder: En grundbog* (s. 621-655). Hans Reitzel.

Fraser, N. (1990). Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy. *Social Text*, 25/26(25/26), 56-80. <https://doi.org/10.2307/466240>

Giese, S. (2001). *Drømmen om kvinden: Kvindeidealer og feminisme i tre årtier*. Centrum.

Gitlin, T. (2003). *The Whole World Is Watching - mass media in the making & unmaking of the new left*. University of California Press. (s. 1-18)

Hall, S. (1985). Signification, representation, ideology: Althusser and the post-structuralist debates. *Critical Studies in Mass Communication*, 2(2), 91-114.
<https://doi.org/10.1080/15295038509360070>

Hall, S. (1992). The West and The Rest: Discourse and Power. I B. Gieben & S. Hall (Red.), *Formations of modernity*. (s. 275-332). Polity Press.

Hall, S. (2013). The work of representation. I S. Hall, J. Evans, & S. Nixon (Red.), *Representation* (2. udgave). (s. 1-47). SAGE..

Haynes, A. (2007). Mass Media Re-Presentations of the Social World: Ethnicity and 'Race'. I E. Devereux (Red.), *Media Studies: Key issues and debates* (s. 162-190). SAGE Publications Ltd.

Heck, M. C. (2005). The ideological dimension of media messages. I S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Red.), *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies*, (s. 110-117). Routledge.

Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. *Nordicom Review*, 29(2), 102-131.
<https://doi.org/10.1515/nor-2017-0181>

- Horsbøl, A., & Raudaskoski, P. (2016). *Diskurs og praksis: Teori, metode og analyse*. (1. udgave). Samfundslitteratur. (s. 7-24)
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, 35(2), 441-456.
<https://doi.org/10.1177/S003803850100021>
- Infomedia. (2018). #Metoo i Danmark – social mediestorm eller sagte brise? Hentet 23. marts 2023, fra <https://infomedia.dk/blog/metoo-i-danmark/>
- Jackson, S. J. & Welles, B. F. (2015). Hijacking #myNYPD: Social Media Dissent and Networked Counterpublics. *Journal of Communication*, 65(6), 932-952.
<https://doi.org/10.1111/jcom.12185>
- Jaworska, S. & Krishnamurthy, R. (2012). On the F word: A corpus-based analysis of the media representation in the British and German press discourse, 1990-2009. *Discourse and society*, 23(4), 401-431. <https://doi.org/10.1177/0957926512441113>
- Jenkins, H., Lashley, M. C. & Creech, B. (2017). Voices for a New Vernacular: A Forum on Digital Storytelling. Interview with Henry Jenkins, *International Journal of Communication*, 11(1), 1061-1068.
- Jensen, J. L., Vahlstrup, P. B. & Bechmann, A. (2020). How to Compare Different Social Media: A Conceptual and Technical Framework. I J. Hunsinger, M. M. Allen & L. Klastrup (Red.), *Second International Handbook of Internet Research* (s. 799-814). Springer.
- Jensen, Mortensen, M., & Ørmen, J. (2016). *News across media : production, distribution and consumption*. Routledge. (s. 1-11) <https://doi.org/10.4324/9781315692456>
- Jørgensen, M., & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse: Som teori og metode* (1. udgave). Samfundslitteratur, Roskilde Universitetsforlag. (s. 9-33)
- Kepplinger, H. M. (2002). Mediatization of Politics: Theory and Data. *International Communication Association*, 52(4), 972-986. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02584.x>

Kepplinger, H. M. (2007). Reciprocal Effects: Towards a Theory of Mass Media Effects on Decision Makers. *Harvard international journal of press/politics*, 12(2), 3-23.

<https://doi.org/10.1177/1081180X07299798>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P. & Silverstre, B. S. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Klinger, U. & Svensson, J. (2015). The emergence of network media logic in political communication: A theoretical approach. *New media and society*, 17(8), 1241-1257.

<https://doi.org/10.1177/1461444814522952>

Kristensen, N. N. (2021). Nyhedsteori. I M. F. Eskjær & M. Mortensen (Red.), *Klassisk og moderne medieteorier* (s. 225-246). Hans Reitzels Forlag.

Krotz, F. (2007). The meta-process of 'mediatization' as a conceptual frame. *Global Media and Communication*, 3(3), 256-260. <https://doi.org/10.1177/17427665070030030103>

Kulturstyrelsen. (2015). *Internetbrug og enheder 2015*. Hentet 23. marts 2023, fra https://kum.dk/fileadmin/mediernesudvikling/2015/Internetbrug_og_enheder_2015.pdf

Kulturministeriet. (2021). *Mediernes udvikling i Danmark: Internetbrug og sociale medier i 2021*. Hentet 23. marts 2023, fra https://kum.dk/fileadmin/mediernesudvikling/2021/Internetbrug_og_sociale_medier_2021.pdf

Kvinderådet. (u.å.). *Ligestillings ABC*. Hentet 22. marts 2023, fra <https://kvinderaadet.dk/skolemateriale/ligestillings-abc/>

KVINFO. (2021a). *Et år efter Sofie Linde satte gang i #MeToo: Det går fremad, men vi har ikke alle med endnu*. Hentet 17. februar 2023, fra <https://kvinfo.dk/2021/10/26/et-aar-efter-sofie-linde-satte-gang-i-metoo-det-gaar-fremad-men-vi-har-ikke-alle-med-enda/>

KVINFO. (2021b). *Rødstrømperne*. Hentet 3. marts 2023, fra https://kvindekilder.atlas-sian.net/wiki/spaces/KVIN/pages/519962680/R+dstr+mperne?fbclid=IwAR0n1K6EQXxu89JSFykmU1Z9R9dN0z4v-iYzWx9QeGDqBxQC_XD-s5gRxs

KVINFO. (u.å.). *Milepæle i dansk kvindehistorie 1960-2004*. Hentet 17. februar 2023, fra <https://www.kvinfo.dk/file.php?file=387>

Leavitt, P. A., Covarrubias, R., Perez, Y. A. & Fryberg, S. A. (2015). "Frozen in Time": The Impact of Native American Media Representations on Identity and Self-Understanding. *Journal of Social Issues*, 71(1), 39-53. <https://doi.org/10.1111/josi.12095>

Leung, D. K. K. & Lee, F. L. F. (2014). Cultivating an active online counterpublic: Examining usage and political impact of Internet alternative media. *The International Journal of Press/Politics*, 19(3), 340-359. <https://doi.org/10.1177/1940161214530787>

Lievrouw, L. A. (2009). New media, mediation and communication study. *Information, communication & society*, 12(3), 303-325. <https://doi.org/10.1080/13691180802660651>

Lind, R., A. & Salo, C. (2002). The framing of feminists and feminism in news and public affairs programs in U.S. electronic media. *Journal of Communication*, 52(1), 211-228. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02540.x>

Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x>

Loke, J., Bachmann, I. & Harp, D. (2017). Co-opting feminism: media discourses on political women and the definition of a (new) feminist identity. *Media, culture and society*, 39(1), 122-132. <https://doi.org/10.1177/0163443715604890>

Looft, R. (2017). #girlgaze: photography, fourth wave feminism, and social media advocacy. *Journal of Media & Cultural Studies*, 31(6), 892-902. <https://doi.org/10.1080/10304312.2017.1370539>

Lykke, N. (2012). Generationsfeminisme - Nej Tak. *Tidskrift För Genusvetenskap*, 33(3), 26-34. <https://doi.org/10.55870/tgv.v33i3.3451>

Mackay, F. (2015). Radical Feminism. *Theory, Culture & Society*, 32(7-8), 332-336. <https://doi.org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0263276415616682>

- Manning, P. (2001). *News and news sources a critical introduction* . SAGE. (s. 50-80)
<https://doi.org/10.4135/9781446218082>
- Mastro, D. & Tuachinsky, R. (2011). The Influence of Exemplar Versus Prototype-Based Media Primes on Racial/Ethnic Evaluations. *Journal of Communication*, 61(5), 916-937.
<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01587.x>
- Mattoni, A. & Treré, E. (2014). Media Practices, Mediation Processes, and Mediatization in the Study of Social Movements. *Communication Theory*, 24(3), 252-271.
<https://doi.org/10.1111/comt.12038>
- Mazzoleni, G. & Schulz, W. (1999). "Mediatization" of Politics: A Challenge for Democracy? *Political Communication*, 16(3), 247-261. <https://doi.org/10.1080/105846099198613>
- Meyen, M., Thieroff, M. & Strenger, S. (2014). Mass Media Logic and The Mediatization of Politics - A theoretical framework. *Journalism Studies*, 15(3), 271-288.
<https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.889459>
- Myles, D. (2019). 'Anne goes rogue for abortion rights!' – Hashtag feminism and the polyphonic nature of activist discourse. *New media & society*, 21(2), 507-527.
<https://doi.org/10.1177/1461444818800242>
- Olaniru, O., Olatunji, O. S., Ayandele, O. & Popoola, O. A. (2020). The influence of media on political knowledge amongst undergraduate students in Ibadan, Nigeria. *Global Journal of Social Sciences*, 19(1), 13-24. <https://doi.org/10.4314/gjss.v19i1.2>
- Pedersen, K. B. (2012). Socialkonstruktivisme. I S. Juul & K. B. Pedersen (Red.), *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori - en indføring*. (s. 187-232). Hans Reitzels Forlag.
- Rhode, D. L. (1995). Media Images, Feminist Issues. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 20(3), 685-710. <https://doi.org/10.1086/495006>
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4. udgave). SAGE Publications Ltd. (s. 186-252).

Ryan, B. (1992). *Feminism and the Women's Movement: Dynamics of Change in Social Movement Ideology and Activism*. Routledge. (s. 153-161)

<https://doi.org/10.4324/9781315811628>

Salmon, C. 2010. *Storytelling: Bewitching the Modern Mind*. Verso. (s. vii-x)

Scharrer, E. & Ramasubramanian, S. (2015). Intervening in the Media's Influence on Stereotypes of Race and Ethnicity: The Role of Media Literacy Education. *Journal of Social Issues*, 71(1), 171-185. <https://doi.org/10.1111/josi.12103>

Schudson, M. 2002. The News Media As Political Institutions. *Annual Review of Political Science*, 5(1), 249-269. <https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.5.111201.115816>

Shaw, F. (2012). 'HOTTEST 100 WOMEN'. *Australian Feminist Studies*, 27(74), 373-387. <https://doi.org/10.1080/08164649.2012.727270>

Sills, S., Pickens, C., Beach, K., Jones, L., Calder-Dawe, O., Benton-Greig, P. & Gavey, N. (2016). Rape culture and social media: young critics and a feminist counterpublic. *Feminist Media Studies*, 16(6), 935-941. <https://doi.org/10.1080/14680777.2015.1137962>

Silverstone, R. (1999). *Why Study the Media?*. SAGE Publications, Limited. (s. 13-18). <https://doi.org/10.4135/9781446219461>

Silverstone, R. (2002). Complicity and Collusion in the Mediation of Everyday Life. *New literary history*, 33(4), 761-780. <https://doi.org/10.1353/nlh.2002.0045>

Silverstone, R. (2005). The Sociology of Mediation and Communication. I C. Calhoun, C. Rojek & B. Turner (Red.), *The SAGE Handbook of Sociology*. (s. 188-207). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781848608115.n11>

Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. *Press/Politics*, 13(3), 228-246. <https://doi.org/10.1177/194016120831909>

Thompson, D. (2001). *Radical Feminism Today*. SAGE Publications Ltd. (s. 1-4). <https://doi.org/10.4135/9781446219102>

- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity*. Polity Press. (s. 1-10).
- Toolan, M. 2001. *Narrative - A critical linguistic introduction* (2. udgave). Routledge. (s. 1-15).
- Treré, S. & Stephansen, H. C. (2019). Practice what you preach?. I C. Treré & H. C. Stephansen (Red.), *Citizen Media and Practice: Currents, Connections, Challenges* (s. 1-34). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781351247375>
- Trott, V. (2021). Networked feminism: counterpublics and the intersectional issues of #Me-Too. *Feminist Media Studies*, 21(7), 1125-1142.
<https://doi.org/10.1080/14680777.2020.1718176>
- Uysal, N. & Yang, A. (2013). The power of activist networks in the mass self-communication era - A triangulation study of the impact of WikiLeaks on the stock value of Bank of America. *Public Relations Review*, 39(5), 459-469. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.09.007>
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1), 2-14. <https://doi.org/10.12924/mac2013.01010002>
- van Zoonen, E. A. (1992). The women's movement and the media: Constructing a public identity. *European journal of communication*, 7(4), 453-476.
<https://doi.org/10.1177/0267323192007004002>
- Wang, Q. & Quyang, H. (2023). Counter-discourse production in social media - A feminist CDA of a Weibo post. *Discourse & Communication*, 1(1), 1-17.
<https://doi.org/10.1177/17504813221150187>
- Warner, M. (2002). Publics and Counterpublics. *Public Culture*, 14(1), 49-90.
<https://doi.org/10.1215/08992363-14-1-49>
- Wenneberg, S. B. (2000). *Socialkonstruktivisme - positioner, problemer og perspektiver*. Samfundslitteratur. (s. 13-23)
- Willis, E. (1984). Radical Feminism and Feminist Radicalism. *Social Text*, (9/10), 91-118.
<https://doi.org/10.2307/466537>

Xiong, Y., Moonhee, C. & Boatwright, B. (2019). Hashtag activism and message frames among social movement organizations: Semantic network analysis and thematic analysis of Twitter during the #MeToo movement. *Public Relations Review*, 45(1), 10-23.

<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.10.014>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6. udgave). SAGE. (s. 3-80).

10.1. BILAGSLISTE

Bilag 1 - Søgeprotokol

Bilag 2 - Artikellister

Bilag 2.1 - Artikelliste: Nedslagspunkt 1

Bilag 2.2 - Artikelliste: Nedslagspunkt 2

Bilag 2.3 - Artikelliste: Nedslagspunkt 3

Bilag 2.4 - Artikelliste: Nedslagspunkt 4

Bilag 3 - Kodningsskema af artikler

Bilag 3.1 - Kodningsskema: Nedslagspunkt 1

Bilag 3.2 - Kodningsskema: Nedslagspunkt 2

Bilag 3.3 - Kodningsskema: Nedslagspunkt 3

Bilag 3.4 - Kodningsskema: Nedslagspunkt 4

Bilag 4 - Udvalgte Facebook opslag og kommentarspor til nedslagspunkt 3

Bilag 5 - Udvalgte Instagram opslag og kommentarspor til nedslagspunkt 4

Bilag 6 - Overblik over artikeltyper

Bilag 7 - Godkendelse af litteraturliste