

ET KVALITATIVT CASESTUDIE OM STRAVA

”Mere, end bare at løbe en tur”



SPECIALEAFHANDLING I KOMMUNIKATION

*Et kvalitativt casestudie om træningsappen Strava
i et medialiseringsperspektiv*

Udarbejdet af: Emma Weiss

Vejledt af: Mikkel Fugl Eskjær



AALBORG
UNIVERSITET

2. JUNI
2025



**AALBORG
UNIVERSITET**

Kandidatafhandling Kommunikation

Gruppenummer	4
Studerende	Emma Weiss Studienummer: 20205481
Studieretning	Kommunikation
Semster og fag	10. Semester Kandidatspeciale
Vejleder	Mikkel Fugl Eskjær
Afleveringsdato	2. juni 2025
Anslag	191.827
Normalsider	80 sider



Abstract

Introduction

This project explores the online training and data-tracking platform Strava, examining how the media and technology have transformed sports practices. One example of on such transformation is embodied by Strava, a platform that blends training, data, and social interaction. Previous research shows that digitalisation in sports can produce both positive and negative effects for athletes and everyday users.

Objectives

The primary aim of this study is to investigate how Strava users interact with each other and with the technological affordances of the platform. Furthermore, the study situates these interactions within a broader mediatization framework, highlighting how the media shape sport practices.

Methods

Methodologically, the project is structured as a qualitative case study based on two main data sources: semi-structured interviews and autoethnographic reflections. The interviews include five “super-users” of Strava, all of whom are active in sports such as running, cycling, and triathlon. In addition, autoethnography allows the researcher to engage reflexively with their own training practices. The study also includes a multimodal interface analysis of Strava and draws on two recent trend reports published by the platform.

Results

The findings indicate that Strava influences how users train and reflect on their progress. The app acts as a training assistant, offering data visualisation that supports reflection, motivation, and performance tracking. It also enables social connection through features like kudos, comments, and activity sharing. However, the study also identifies a potential downside: for some users, especially those prone to social comparison, the visibility and persistence of data can contribute to pressure or performance anxiety.

Discussion

The study highlights how Strava is deeply integrated into users' everyday training practices. Yet, it also raises broader questions: if Strava is a product, what are users actually "buying"? Is it access to their data, a sense of community, social recognition or perhaps their own identity in a mediatized sports culture?

Indholdsfortegnelse

Indledning	5
<i>Problemformulering</i>	6
Læsevejledning	6
Teori	8
<i>Litteraturreview</i>	8
Teknologi, gamification og affordances	8
Strava og Online Social Fitness Networks	11
Sociale medier	13
Selvoptimering	14
Motivation og performance	15
Autoetnografiske sportsstudier	16
Sammenfatning	16
<i>Teoretisk ståsted</i>	17
Medialisering	17
Sportsmedialisering	20
Mobilenheder i sport	22
Individualisering i sport	25
Affordances	27
Affordances i sociale netværk	28
Metodiske og videnskabsteoretiske overvejelser	30
<i>Undersøgellesdesign – Casestudie</i>	31
<i>Kvalitative metoder</i>	32
Autoetnografisk metode	32
Interview som metode	36
Sampling	37
<i>Multimodal tekstanalyse</i>	39
<i>Dokumentanalyse</i>	40
<i>Databehandling</i>	40

Den indholds fokuserede analysemetode	41
<i>Videnskabsteoretiske overvejelser</i>	42
Hermeneutik	44
Socialkonstruktivisme	45
Analyse	46
<i>Del 1: Introduktion til Strava og dets interface</i>	47
<i>Del 2: Interaktion mellem brugerne</i>	51
<i>Del 3: Beskrivelsesfeltet som samtalestarter</i>	54
<i>Del 4: Interaktion mellem bruger og Strava</i>	56
<i>Delkonklusion</i>	59
<i>Del 5: Sociale forbindelser</i>	59
<i>Del 6: Historiefortælling</i>	62
<i>Del 7: Træningsstatistikker</i>	66
<i>Del 8: Strategisk repræsentation gennem synlighed</i>	69
<i>Del 9: Segmenters indvirkning på synlighed</i>	70
<i>Delkonklusion</i>	76
<i>Del 10: Hvad Strava betyder, når det forsvinder</i>	76
<i>Delkonklusion</i>	80
Konklusion	81
Litteraturliste	83
Bilagsliste	88

Indledning

Motion og sport har altid været mere end blot bevægelse – det har været identitet, fællesskab og konkurrence. I det gamle Rom beundrede man styrke og fart; I antikkens Grækenland hyldede man den atletiske krop som et ideal. I dag ved vi også, at motion ikke kun er et ideal for styrke, fart og æstetik. Motion er nødvendig. Forskning har gentagne gange vist, at fysisk aktivitet er afgørende for at forebygge sygdomme, øge livskvaliteten og leve længere.

Men selvom sport i sin kerne handler om fysisk aktivitet, er den måde, vi udøver og forstår sport på, forandret. Globalisering og teknologisering har ændret både strukturer og praksisser, hvor medialiseringen spiller en central rolle. Først ved fjernsynets fremkomst hvor det blev muligt at lave TV-transmission af sport, sidenhen har kommercielle interesser præget feltet om sport og senest har digitalisering og dataficering ændret praksissen.

Med teknologiens udvikling er det nu blevet en selvfølge for almindelige motionister at tracke deres træning gennem små computere, som kan sidde på håndleddet. Sportsure udgør en essentiel del af motionistens træningspraksis, og i dag er teknologien ikke bare et redskab i træning, men en integreret del af selve praksissen. Men det er først i mødet med selve dataene, at motionisten rent faktisk kan forstå, hvilken træning de har haft.

En formidler af denne data er træningsappen Strava. Strava er et medie, hvor millioner af brugere dagligt deler deres træningsaktiviteter. De navngiver dem, beskriver dem og deler billeder fra træningen, men vigtigst af alt – deres træningsdata bliver formidlet på mediet. Samtidig er sport og motion blevet dybt integreret i sociale medier og digitale fællesskaber. Sociale medier bliver et sted, hvor man viser, fortolker og forhandler sig selv og sin træning. Men ikke kun på klassiske sociale medier, eksisterer denne proces. For dataformidlingsplatformen Strava, muliggør nemlig, at den sportslige præstation møder den personlige fortælling, hvor teknologien både muliggør og former brugerens træningspraksis.

Denne udvikling har også gjort, at motion er gået fra at være noget, man dyrker sammen i foreninger til at være noget, man selvorganiserer og deler med hinanden i sit fysiske nærvær men i særdeleshed også online. Det betyder, at medierne ikke kun har gjort sport til et globalt fænomen, de har også gjort den til et personligt og socialt projekt.

Men hvad sker der egentlig, når træning flyttes ind i det digitale rum? Hvordan påvirkes den måde, vi træner på, når teknologien strukturerer, synliggør og socialiserer vores træning? Og hvorfor bruger individet platformen Strava – ikke bare til at registrere deres aktivitet, men til at fortælle noget om sig selv?

Disse spørgsmål danner grundlag for mit speciale, og ligger til grund for min problemformulering.

Problemformulering

Hvordan bidrager træningsappen Stravas teknologiske affordances til medialiseringen af træningspraksis, og hvordan påvirker det brugernes interaktioner, adfærd og oplevelse af motivation og selvopfattelse?

Læsevejledning

I dette speciale inddrages en række begreber, platforme og teknologier, som knytter sig til træningspraksis og min empiri. Nedenfor gives der en kort introduktion til centrale elementer til en træningskontekst samt aktører, der nævnes i specialet.

Zwift

Zwift er en virtuel træningsplatform, hvor man cykler eller løber i digitale omgivelser via en skærm, mens data fra ens fysiske træning kobles på oplevelsen via motionscykler, hometrainers eller løbebånd. Zwift kan synkroniseres med Strava, hvor træningen bliver automatisk uploadet dertil.

- **Automatiske titler:** Når en aktivitet afsluttes på Zwift, genereres en titel automatisk baseret på rute eller tidspunkt, der synkroniseres med Strava.
- **Autogenererede billeder:** Zwift tager automatisk screenshots under træningen, som uploades direkte til Strava.

Løb

- **Zone 2:** En træningszone baseret på puls, hvor intensiteten er lav-moderat. Det er kendt som udholdenhedszonen og bruges til basetræning.
- **Pulszoner:** Opdeling af puls i forskellige intensitetsniveauer, typisk zone 1–5, hvor zone 1 er lavest og zone 5 højst.

- **Pace:** Gennemsnitlig løbehastighed i minutter pr. kilometer, eksempelvis 5.30 min/km.

Cykling

- **Watt:** Mål for den effekt, cyklisten træder med – altså den kraft, der omsættes til fremdrift. Det viser, hvor hårdt kroppen arbejder – jo højere watt, jo større fysisk indsats.
- **FTP-test:** Functional Threshold Power – en test, der måler, hvor mange watt man kan træde i gennemsnit i en time. Bruges til at tilpasse træningszoner i cykling.
- **Kadence:** Antallet af pedalomdrejninger pr. minut. Det viser, hvor hurtigt man træder i pedalerne. Høj kadence betyder hurtige tråd, lav kadence betyder langsommere tråd.

Teknologier

- **Løbeur/sportsur/cykelcomputer:** Elektroniske ure eller små computere, som registrerer puls, distance, tid og andre træningsdata. Bruges til både løb og cykling.
- **Hometrainer:** En stationær cykelrulle, hvor man monterer sin egen cykel og træner indendørs. Bruges ofte i kombination med Zwift til virtuel cykling.

Strava

- **Segmenter:** Specifikke strækninger på en rute, hvor brugere automatisk konkurrerer om den hurtigste tid.
- **Badges:** Virtuelle mærker, brugeren opnår ved eksempelvis at gennemføre udfordringer, nå ugentlige mål eller fejre milepæle.

Teori

I det følgende afsnit vil jeg først introducere forskningslitteratur gennem et narrativt litteraturreview. Derefter vil jeg introducere mit teoretiske ståsted i dette speciale, der tager udgangspunkt i medialiseringsteori og senere sættes i kontekst til sport og individualisering. Afslutningsvis uddyber jeg begrebet om affordances. Jeg vil løbende introducere analytiske redskaber, som jeg vil gøre brug af i min analyse.

Litteraturreview

Det følgende afsnit er et narrativt litteraturreview, der baserer sig på 33 forskningsartikler, og er inddelt i seks temaer. Det narrative litteraturreview har til formål at skabe et overblik over eksisterende forskningslitteratur (Bryman, 2016, s. 91), for at kortlægge hvad, man allerede ved om området (Bryman, 2016, s. 90). Fremsøgningsprocessen kan tilgås i bilag 9, hvor dato for fremsøgningen og forskellige søgestrengte fremgår. Mit fokus i reviewet er på kommunikativ, humanistisk og sociologisk forskning indenfor området om sport, teknologi og (sociale) medier. Herunder har jeg inddraget perspektiver på self-tracking, wearable devices samt ydre og indre motivation. Mine søgestrengte har skabt en retning for litteraturreviewet, men det er forskningen, som har skabt temaerne. De baserer sig nemlig på de tematikker, som jeg ser fremtrædende i forskningen på området. Mit forskningsgrundlag strækker sig fra 2015-2025 hvilket indikerer, at forskningen på området er forholdsvis nyt og uudforsket, og det derfor kan anses som et område der kan forskes mere indenfor.

Teknologi, gamification og affordances

Et centralt tema i den eksisterende litteratur er teknologi udviklet til brug under sportslige præstationer og træning. I forskningen indgår der specifikke kommunikationselementer som gamification og affordances. Sidstnævnte gør sig gældende i en artikel fra 2019, hvor Rivers baserer sin undersøgelse på data fra 162 cyklister for at undersøge de motivationsaffordances, som eksisterer på appen Strava (Rivers, 2019, s. 1). Her refereres affordances til, som den motivation, der ligger mellem teknologien og brugeren, og den måde som brugeren opfatter konteksten gennem de muligheder, som forelægger ved teknologien (Rivers, 2019, s. 2). Resultatet indikerer, at self-tracking og indsamling af forskellig slags data, er den største motivation til at benytte appen for deltagerne. Et andet ele-

ment, undersøgelsen peger på, er deltagernes ønske om at sammenligne sin egen data med andres data og at skabe sociale relationer (Rivers, 2019, s. 5). Det stemmer overens med de fund Li et al. gør sig i deres undersøgelse. Her peger de nemlig på, at elementer i fitnessapps, der rangerer brugere efter aktivitetsmængde, påvirker brugerne positivt til at fortsat benytte sig af appen. Social rangering er altså et teknologisk element, som er en enkel måde for brugerne at vurdere deres præstation på (Li et al., 2018, s. 310). Zheng finder også, at træningsapps kan motivere brugeren til at opnå sine træningsmål (Zheng, 2021, s. 2262). Dog argumenterer han for, at nogle former for fitness-apps kan tage kontrollen og styre brugernes træningsadfærd gennem appens design af træningsforløb (Zheng, 2021, s. 2260). Når det kommer til vedvarende brug af fitness apps, indikerer forskning, at muligheden for målsætning og social motivation, er vigtige elementer (Soulé et al., 2021, s. 175)

Indenfor de seneste par år, er kunstig intelligens vundet frem som et magtfuldt redskab indenfor mange felter – hvilket også gælder dette felt. I et studie, der undersøger kunstig intelligens og gamification i træningsapps (Biró, 2024, s. 315) fandt Biró, at brugen af både gamification-elementer og kunstig intelligens fremmer motivationen hos atleter, og kan give sportshold en stor fordel. Gamification hjælper til at underholde og engagere atleterne, og kunstig intelligens kan give personlig feedback og tilrettelægge træning for at fremme træningseffektiviteten (Biró, 2024, s. 320). Et andet studie, der undersøgte effektiviteten af gamification-elementer i apps som Nike+ og Strava (Bitrián et al., 2020, s. 365) viste, at interaktion med præstationsrelaterede gamification-elementer (som badges, resultater, fremskridtsbjælker, ranglister og sværhedsgrader) i gamificerede sportsapps tilfredsstiller de tre psykologiske behov: kompetence, autonomi og samhørighed. Men når det gælder interaktion med socialt relaterede spilelementer i apps, viser resultaterne, at disse primært kun understøtter behovet for samhørighed (Bitrián et al., 2020, s. 375).

Et fænomen, der ikke er helt så nyt som kunstig intelligens, men stadig revolutionerende, er GPS. Her argumenterer Paul Barratt i sin artikel for, at GPS mobilenheder har muliggjort og introduceret et nyt konkurrenceelement i motionscykling (Barratt, 2016, s. 328). Hans resultater viser, at Strava influerer praksissen at cykle og holder brugerne fast i cykelturen efter den er slut. Brugere, som var en del af hans undersøgelse, var især draget af konkurrenceelementet, og han så en øgning i cyklisternes cykelture i intensitet, frekvens og længde hvilket i sidste ende indikerer, at gamification-elementer kan være med til vedligeholde aktivitet og sundhed (Barratt, 2016, s. 335). Og selvom der er mange positive effekter af at benytte sig af fitness apps, og de udviklende teknologier, vil der altid være flere risici forbundet hertil, da teknologien kræver adgang til privat information og

truer brugerens privatliv, og højner risikoen for identitetstyveri og tredjepartsmisbrug (Busch et al., 2021, s. 267).

Selvom teknologien giver mange muligheder for at optimere og motivere til træning, viser noget forskning dog også, at det kan have den modsatte effekt og give et forvrænget billede af virkeligheden, fordi brugeren potentielt stoler mere på teknologien end sig selv (Folkvord et al., 2021, s. 2). Teknologiens indvirkning kan få individets fokus flyttet fra at dyrke motion af lyst, til at gøre det på grund af de reaktioner, som de potentielt kan få fra omverdenen, ved at tracke det ved brug af teknologi. Det rejser også flere spørgsmål om de psykologiske konsekvenser ved brugen af self-tracking teknologi (Folkvord et al., 2021, s. 5). Negative konsekvenser kan også ses ved overforbrug af teknologi og apps, som kan føre til en ændring i social adfærd (Soulé et al., 2021, s. 182).

Der er altså forskning, der peger på, at self-tracking kan påvirke negativt psykologisk og socialt. Men i et australsk studie, der på en 6-ugers periode undersøgte hvordan self-tracking ved brug af garmin-ure og dertilhørende apps i familier påvirkede deres fysiske aktivitet. Studiets hensigt var at undersøge, hvordan disse teknologier kunne være med til at øge aktivitetsniveauet hos hele familier, og ikke blot hos henholdsvis børn og voksne (Schoeppe et al., 2020, s. 1). Resultaterne viste, at brugen af ure og apps, øgede informanternes aktivitetsniveau på den tid, studiet varede (Schoeppe et al., 2020, s. 17). I det pågældende studie øgede børnene deres aktivitetsniveau med 58 minutter om dagen, hvor forældrenes aktivitetsniveau øgedes med omkring 30 minutter (Schoeppe et al., 2020, s. 1). Schoeppe et al.'s studie indikerer altså, at der er positive fysiske konsekvenser ved brug af self-tracking teknologi. Det stemmer overens med et systematisk review, der strækker sig over 14 år, hvor forskningen peger på, at self-tracking teknologi kan være med til at bryde stillesiddende livsstil og øge aktivitet (Yfantidou et al., 2023, s. 17:3). Samtidig er konklusionen dog også, at der mangler forskning på området (Yfantidou et al., 2023, s. 17:15).

I et andet studie af Rapp & Tirabeni fra 2018, viser resultaterne, at brugen af teknologiske måleenheder i sport, bliver benyttet forskelligt af brugerne afhængig af sportsgrenen. Men her fandt de særlige forskelle mellem amatører og eliteatleter (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:8). Amatørerne startede med at benytte teknologi af nysgerrighed og fortsatte med at benytte sig af den, da de så fremgang i deres performance, hvor det for eliteatleterne begyndte som et bekvemmeligt redskab (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:9). Et andet punkt der adskilte sig var, at amatørerne havde tendens til at stole blindt på dataene, hvor eliteatleterne også brugte deres følelse til at mærke efter i kroppen (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:11).

Strava og Online Social Fitness Networks

Flere studier undersøger sociale online netværk, hvor deling af træningsdata er omdrejningspunktet. I en artikel fra 2019 definerer Rivers dette fænomen som Online Social Fitness Networks (OSFN) (Rivers, 2019, s. 1).

Spotswood et al. konkluderer i deres artikel, at Strava skaber en social dynamik, hvor de funktionelle kommunikationsmuligheder som 'kudos' og kommentarer kan skabe et narrativ om praksissen at løbe. Dermed argumenterer de for, at løb bliver en social konstruktion, hvor der eksisterer en gensidig belønning gennem de virtuelle funktioner (Spotswood et al., 2020, s. 781). Her indikerede informanternes svar, at 'kudos' og kommentarer blev brugt til at bekræfte uformelle klubmedlemskaber og omdefinerede løb til at fokusere på sociale bånd (Spotswood et al., 2020, s. 783). Ydermere fandt de også at løb bliver mere socialt anerkendt, og overlevelsen af løb som praksis derfor er et resultat af et samspil af kollektive forhandlinger og præstationer, hvor self-tracking og sociale dimensioner spiller en central rolle i at forme fortællingen om løb (Spotswood et al., 2020, s. 784).

Elementet af fællesskab er også tydeligt i Coutures studie, hvor det konkluderes at deling af data på Strava kan være sjovt og affirmerende og som en vigtig del af et fællesskab (Couture, 2020, s. 198). Men der peges samtidig på i et andet studie, at der er forskel i hvordan amatører og eliteatleter benytter sig af OSFN's. Amatører gør det mest for sjov og for at dele det med deres venner og bekendte (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:14), hvorimod eliteatleter bruger det til at fremstille et bestemt billede af dem selv, men at dataene som oftest er konstrueret og nøje udvalgt (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:15). I et studie fra 2015 undersøgte William Roth Smith kommunikation og sportsmanship på Strava. I det store hele handlede det om, hvordan man er en etisk bruger af appen med henblik på snyd (Smith, 2015, s. 160). De fleste eksempler på snyd lå i et gråt område, hvor brugerne ikke kunne vurdere om den pågældende handling var snyd eller okay. Artiklen rejser nogle spændende spørgsmål, når det kommer til hvordan man er en bruger af Strava – såsom, om Strava opfordrer til konkurrence, og om konkurrenceelementet motiverer brugerne til at snyde. Det konkluderes dog, at 'kudos' og kommentering muliggør sportsmanship mellem brugerne (Smith, 2015, s. 180).

OSFN er designet til at engagere brugerne i deres adfærd, som forskningen af gamification også viste. Her peger Rivers' undersøgelse på, at Strava i nogen grad kan påvirke brugernes træningsad-

færd, eksempelvis, at nogen cyklister kan afholde sig fra at cykle en tur, hvis muligheden for at tracke deres tur ikke forelægger af forskellige grunde (Rivers, 2019, s. 7). Hvis man ser på Strava som et socialt medie, adskiller det sig fra andre sociale medier, hvor det er data som billeder og dagligdagshistorier, som bliver delt, men den data som deles på Strava er oftest biometrisk data (Couture, 2020, s. 189). Sammenholdt betyder det altså, at hvis brugerne ikke kan tracke deres tur og skabe den biometriske data, som deles, kan de afholde sig fra at cykle turen, selvom muligheden for at dele andre data fra cykelturen, såsom billeder, på andre medier eksisterer. Forskning peger altså på, at Strava kan være med til at påvirke og ændre brugernes adfærd både positivt men også i nogen grad negativt. Eksempelvis viser et studie, der undersøgte collegeatleters brug af Strava, tre temaer; selvfremstilling, social sammenligning og motivation (Russell et al., 2022s, s. 18). Disse temaer indikerer, at Strava er med til at styrke atleternes motivation, men at der er potentielle udfordringer vedrørende socialt pres og selvfremstilling (Russell et al., 2022s, s. 15). Det stemmer overens med Soulé et al.'s resultater, der viser, at Strava er med til at skabe konstant udfordring hos brugerne, da appen muliggør, at brugerne kan se hvor meget hinanden træner (Soulé et al., 2021, s. 180). Der ses altså positive fordele i motivation for træning samtidig med det kan skabe pres ved at se andres aktivitetsniveau.

I en artikel, der undersøger Strava med de to temaer kommunikationsplatform og fællesskabskultur, fandt Smith & Treem frem til i alt fem subtemaer; kvalificering, social deling og tilbageholdelse samt gruppesammenligning og opadgående sammenligning (Smith & Treem, 2016, s. 142). Hovedelementerne af subtemaerne for temaet kommunikationsplatform var, at brugerne bruger Stravas funktioner til at kvalificere deres præstationer ved at navngive dem specifikke ting eller bortforklare "dårlige" data (Smith & Treem, 2016, s. 144). Strava fungerer som en social platform, selvom aktiviteterne oftest udføres individuelt (Smith & Treem, 2016, s. 145). Brugerne tilbageholder visse former for data for at fremme deres konkurrencefordel (Smith & Treem, 2016, s. 146). Hovedelementerne af temaet fællesskabskultur fandt de, at brugerne sammenligner sig med andre brugere i samme gruppe som dem selv (ex. aldersgruppe, niveau etc.) og med sine venner (Smith & Treem, 2016, s. 147). Desuden, viste deres resultater, at nogle brugere sammenlignede sine egne data med brugere, som var meget bedre end dem selv. I dette tilfælde blev sammenligningen mere motiverende og inspirerende end sammenlignelig (Smith & Treem, 2016, s. 148).

Sociale medier

Selvom OSFN er sine egne sociale medier, eksisterer der også en trend om at dele træningsindhold på andre klassiske sociale medier. Det ses nemlig, at personer der dyrker sport, deler ud af dette på klassiske sociale medier, som ikke nødvendigvis er en træningsorienteret platform. Et studie fra 2024 viser, at fitness opslag på sociale medier modtog social support fra andre, og at denne sociale support havde en positiv effekt på personernes selvtillid til at dyrke sport (Kim, 2024, s. 1289). I en undersøgelse om college atleters brug af Instagram og TikTok, med udgangspunkt i Goffmans self-presentation theory (Wanzer et al., 2024, s. 5) viste, at mest front-stage indhold blev postet på Instagram af atleterne, og mest backstage indhold blev postet på TikTok. Samtidig viste den også, at de kvindelige atleter havde en større tendens til at poste indhold, som indgik i kategorien ”attraktiv fremtoning” sammenholdt med de mandlige atleter (Wanzer et al., 2024, s. 14). Der argumenteres dog for, at denne simple brug af Goffmans teori ikke længere er nok i analysen af sport og sociale medier, og man bør inddrage større dele af hans dramaturgiske teori med perspektiver som ”face-work, character, stigma, total institution, frame analysis, and gender advertising” (Gordon, 2024, s. 174).

Et andet studie, der tog udgangspunkt i collegeatleter, undersøgte atleternes brug af Instagram og hvilken effekt det havde på dem. Her viste undersøgelsen, at meget brug af Instagram var forbundet med udmattelse, reduceret præstationsfølelse og sportslige devaluering. Den viste også, at social sammenligning påvirkede præstationsfølelsen – her viste undersøgelsen, at negativ sammenligning øger udbrændthed, og positive sammenligninger kan mindske udbrændthed (Pacewicz & Mellano, 2024, s. 1). I en anden undersøgelse, der tog udgangspunkt i Kinesiske ungdomsatleter mellem 15-17 år (Zhang et al., 2023, s. 4) viste, at passiv brug af sociale medier havde en direkte negativ effekt på deres mentale helbred og en indirekte negativ effekt på sammenligning med andre (Zhang et al., 2023, s. 9). Et lignende studie fra Tyskland, der undersøgte ungdomsatleter mellem 12-19 år (Fiedler et al., 2023, s. 1) peger på, at der er en sammenhæng mellem afhængighed af digitale medier samt tiden brugt på sociale medier og mental sundhed. Sammenhængen medieres af social sammenligning og søvnkvalitet. Undersøgelsen fandt dog ikke noget, der peger på, at disse faktorer havde indvirkning på præstationsniveau (Fiedler et al., 2023, s. 8).

Derimod peger et andet studie på, at sociale medier og fitness influencere kan have positiv indflydelse på sundhedsvaner i kost og fysisk aktivitet blandt unge piger mellem 14-19 år (Frühauf et al., 2024, s. 2089). Dog har denne positive indflydelse muligvis grobund i motivet for at træne for at se

ud på en bestemt måde, der i sidste ende kan have negative konsekvenser for det mentale helbred (Frühauf et al., 2024, s. 2103). Denne negative effekt set ved fitness influencere ses dog ikke ved adventure-sport influencere. Her peger en forskningsartikel på, at de kan motivere unge til at dyrke sport, uden nogle negative konsekvenser (Frühauf et al., 2025, s. 11).

Selvoptimering

En række af studierne indenfor emnet, peger på kvantificeret data som en udfordring, men også som en måde at optimere sig selv og præstation. Et begreb, som er kendt indenfor self-tracking for at forbedre performance er ”self-quantification”, som refererer til det at benytte sig af datamåleenheder såsom sportsure. Det kan have en positiv effekt på performance, forståelse for kost og facilitere læring om selvets krop og sind (Maltseva & Lutz, 2017, s. 102). Konklusionen i Maltseva og Lutz’ studie er også, at self-quantification ikke kan stå alene, da det er et fænomen med mange facetter, hvor indsigt i selvet er en vigtig del (Maltseva & Lutz, 2017, s. 109). Zheng påpeger også, at ”the quantified self” er en trend, hvor sundhed bliver reduceret til en række tal, og hvor individet leder sig selv efter disse tal (Zheng, 2021, s. 2256), og dermed ikke bliver set som flerfacetteret.

En måde hvorpå dataene kan benyttes hensigtsmæssigt er, som Laser pointerer, gennem Strava og datamåling, da det kan være med til at optimere sportspræstation, da Strava netop opfordrer brugerne til at anvende datapraksisser til selvrefleksion (Laser, 2022, s. 323). Her er Strava altså et bindeled mellem data og selvet, og bliver en nem måde for alle at benytte sig af sin data på. Andre studier peger nemlig på, at dataene, som teknologien indsamler under sportspræstation, netop kan analyseres og benyttes til optimering, men at det mest er eliteatleter, som benytter sig af dette i fællesskab med deres trænere (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:17), hvorimod amatører ikke finder konkret træningssupport i deres teknologi (Rapp & Tirabeni, 2018, s. 16:16). Derfor peger Lasers resultater på, at Strava kan være en omsætningsfaktor, der binder data og selvoptimering sammen. Brugen af data til selvoptimering indikerer dog, at der skal være et andet element til sporten, end blot at dyrke den. Det ses i et studie, der undersøger kvinders brug af teknologi i løb, hvor det konkluderes, at kvinderne bruger teknologien til at forbedre deres løb, og det hjælper dem til at nå deres mål. Men, at teknologien fordrer, at løb har et større formål end blot at være for nydelse, og at dataene genereret ved løb er med til at forme formålet (Esmonde, 2019, s. 814).

Motivation og performance

Selvoptimering er ikke kun den eneste engagerende faktor, som forskningen peger på – forskning tyder nemlig på, at også motivation og performance kan påvirkes.

Stragier et al. benytter sig af Self Determination Theory (SDT) til at undersøge motivation af ydre og indre faktorer i fysisk aktivitet. Den indre motivation defineres som motivation, der kommer fra selvet, og den ydre motivation defineres af faktorer, der kommer udefra (Stragier et al., 2015, s. 122). Gennem deres undersøgelse, finder de, at ydre faktorer ikke har indvirkning på, om de adspurgte brugere deler deres data, men derimod at den indre motivation har stor indflydelse (Stragier et al., 2015, s. 127). Resultatet er overraskende, og det pointeres, at undersøgelsesdesignet måske har haft indvirkning på resultatet (Stragier et al., 2015, s. 128). I et andet studie, der undersøgte hvordan motionsløberes indre motivation blev påvirket af løbeapps (Gute et al., 2022, s. 359) fandt, at forskellige former for apps havde indvirkning på deres indre motivation ved at opfylde behovene for autonomi, kompetence og tilhørsforhold. Appsene gør det også muligt for motionsløberne at kende deres mål og nå dem, hvilket hæver den generelle motivation for løb. De fandt også et konkurrenceelement hvilket kan give både en negativ- og positiv effekt på motivationen (Gute et al., 2022, s. 371).

I et studie der sammenligner eliteatleters brug af selvmonitorerings teknologi med amatør sportsudøvere, konkluderes det, at der var næsten ingen effekt på motivationen hos eliteatleterne, men derimod havde en positiv effekt på amatørernes motivation for at præstere bedre. Og når det kom til opmærksomhed og distraktion, fungerede teknologien som regulering af performance hos amatørerne, hvor det hos eliteatleterne var med til at forbedre deres opmærksomhed og fungerede ydermere som en distraktion i forbindelse med fysisk udbrændthed (Rapp & Tirabeni, 2020, s. 7). En undersøgelse om kinesiske college studerendes tvungen brug af en træningsapp peger på flere resultater (Guo, 2022, s. 1). De studerendes vilje til at bruge appen, blev påvirket positivt af hvor effektiv og let appen er at bruge samt social påvirkning og egen indre motivation. Derimod havde den ydre tvang en negativ effekt på viljen til at bruge appen. I den faktiske brug spillede faktorer som adfærdsintention, autonom motivation og kontrolleret motivation ind (Guo, 2022, s. 10). Det peger altså på, at intentionen og den faktiske brug påvirkes af individet selv samt sociale påvirkninger, hvor den tvungne brug kun havde en negativ effekt.

Autoetnografiske sportsstudier

I afdækningen af forskningsområdet, stødte jeg på nogle studier, der baserer sig på autoetnografiske metoder ligesom mit eget, til trods for, at jeg ikke har tilføjet søgeord om autoetnografi. Det bekræfter mig i, at metoden kan være en hensigtsmæssig måde at undersøge dette felt på.

Her undersøger blandet andet Hughes feltet om self-tracking gennem både autoetnografisk og performativ metodologi (2021, s. 373). Hun benyttede sig af lydoptagelser som et alternativ til data-tracking (Hughes, 2021, s. 375), og argumenterer for, at der er behov for at re-tænke forståelsen for den ”digitale krop” ved at inkludere subjektive dimensioner af træningsoplevelser (Hughes, 2021, s. 379). Hertil foreslås det, at træningsoplevelser ses i et større perspektiv, hvor man også bør måle i mere sanselige og subjektive målinger end kun objektive kvantificerede målinger (Hughes, 2021, s. 380). Desuden konkluderer også Laser gennem sine egne autoetnografiske studier, at præstationsmålingerne kan fremstå objektive, uden for egen kropslig vurdering (Laser, 2022, s. 324), hvilket stemmer overens med Hughes fund. Men hvor Hughes argumenterer for, at den objektive træningsdata ikke bør stå alene, konkluderer Laser, at objektive data kan være grund for pres for konstant forbedring (2022, s. 325).

Sammenfatning

Forskningen, som jeg har præsenteret i det ovenstående, indikerer flere ting. Det teknologiske aspekt af apps, gamification og self-tracking kan være med til at motivere brugerne til at dyrke fysisk aktivitet ved brug af deres egen data, med den konsekvens, at det kan ændre brugernes adfærd – både negativt og positivt. Det sociale aspekt af online træningsnetværk kan også motivere og fordr social anerkendelse, men kan samtidig have negative konsekvenser ved at fordr pres, eller motivere til at brugerne ændrer på dataene for at retfærdiggøre deres præstationer. Teknologien gør også, at sport og aktivitet får et andet mål end blot nydelse. Brugerne bliver hele tiden mindet om at præstere og forbedre sig. Specielt hos amatører ses denne tendens med ydre påvirkning, hvor det hos eliteatleter er drevet indefra. Alt det ovenstående kan sammenkobles af data genereret af individet selv. Her er et vigtigt element af forskningen, at den indikerer, at data ikke bør stå alene, men ses i samspil med forståelse og indsigt i selvet.

Afslutningsvis kan det konkluderes, at forskningen af brugen af klassiske sociale medier i sportens verden sammenholdt med forskning om Strava og andre OSFN, ses der større negative konsekven-

ser ved de klassiske sociale medier end Strava og OSFN. Flere resultater peger nemlig på en negativ påvirkning hos brugerne hos klassiske sociale medier, hvor der på Strava og andre OSFN ses mange positive påvirkninger hos brugerne. Denne tendens finder jeg interessant, og det tyder på, at der er plads i forskningen til at udforske området.

Teoretisk ståsted

Medialisering

Stig Hjarvard fremsætter i sin artikel fra 2009 en måde at se mediernes betydning for samfund og kultur på. I stedet for at tænke, at medier kun har en indflydelse på samfundet, bygger han sin teori på, at medierne ikke længere kan adskilles fra samfundet. Derfor mener Hjarvard, at man bør forstå og se på hvordan samfundet har ændret karakter på grund af mediernes tilstedeværelse (Hjarvard, 2009a, s. 5). Hjarvard uddyber det således: ”Medierne er på en og samme tid *inden i* samfundet og kulturen og en selvstændig institution, der står *imellem* de øvrige kultur- og samfundsinstitutioner og koordinerer disse institutioners indbyrdes interaktion” (Hjarvard, 2009a, s. 6). I citatet afslutter Hjarvard med at pointere, at medierne koordinerer interaktionen, hvilket er essentielt for resten af dette afsnit. Det betyder nemlig, at medierne påvirker den måde, mennesker kommunikerer med hinanden.

I dette afsnit forstås *medier* ud fra den medievidenskabelige kontekst, hvor medier er teknologier, der muliggør menneskelig kommunikation over afstand og/eller tid (Hjarvard, 2009a, s. 14). Indledningsvis skal det siges, at en vigtig del af medialiseringen er, at det ikke kan ses som en universel proces, da det er en udvikling, som tog fart i slutningen af det 20. århundrede i de vestlige og højtindustrialiserede samfund som Europa, USA, Japan og Australien (Hjarvard, 2009a, s. 13). Specielt i perioden fra 2000 og 10 år frem, blev internettet en normaliseret del af menneskers hverdag (Couldry & Hepp, 2013, s. 192) og fremkomsten af sociale medier (Couldry & Hepp, 2013, s. 193). Den fortsatte globalisering er dog med til, at andre lande og kulturer stadig gradvist påvirkes af medialisering (Hjarvard, 2009a, s. 13).

Medialiseringsbegrebet har udviklet sig over tid. Det startede som et begreb til at beskrive mediernes påvirkning af politik og politisk kommunikation (Hjarvard, 2009a, s. 6), men har senere udviklet sig til at begreb, der beskriver mediernes indvirkning på alle institutioner i samfundet (Hjarvard, 2009a, s. 7). Ifølge Couldry og Hepp, forstås medialisering som ”[...] a concept used to analyze cri-

tically the interrelation between changes in media and communications on the one hand, and changes in culture and society on the other” (Couldry & Hepp, 2013, s. 197). Det hænger sammen med Hjarvards perspektiv, hvor han argumenterer for, at det både handler om mediernes påvirkning af selve institutionen, men også de processer som foregår inde i selve institutionen – altså hvordan det påvirker individers interaktion med hinanden.

Hjarvards medialiseringbegreb stammer fra Winfried Schulz's *four processes of change* (Schulz, 2004, s. 90), hvor processerne *udvidelse*, *substitution*, *sammensmeltning* og *tilpasning* er vigtige komponenter.

Winfried Schulz, beskriver det ved, at medierne *udvider* menneskets kommunikationsevne i tid og rum (Hjarvard, 2009a, s. 9; Schulz, 2004, s. 88). Et eksempel på dette er TV-transmissioner af sport, hvor cykelfans ikke længere er tvunget til at finde vej til de franske landeveje for at se Tour de France. Cykelløbet bliver nemlig sendt direkte på globalt TV.

Schulz argumenter ydermere for at medierne *substituerer* handlinger, der tidligere fandt sted ansigt-til-ansigt (Hjarvard, 2009a, s. 9; Schulz, 2004, s. 88). Dette kan eksemplificeres ved indendørs cykling. Her substituerer teknologier og medier, såsom hometrainers og virtuelle cykelverdener som Zwift, den virkelige landevej.

Medierne giver også anledning til en *sammensmeltning* af aktiviteter (Hjarvard, 2009a, s. 9; Schulz, 2004, s. 89). Her er Zwift også et eksempel på, hvordan teknologi sammensmelter med sport og socialt fællesskab, da platformen fordrer, at brugerne kan kommunikere med hinanden mens de cykler.

Til sidst giver medierne også anledning til, at aktører og organisationer laver en *tilpasning* af sin adfærd til at passe under mediernes krav (Hjarvard, 2009a, s. 9; Schulz, 2004, s. 89). Et eksempel på dette er, at arrangørerne af Tour de France tilpasser sig medielandskabet ved ikke kun at TV-transmittere, men også ved at have en eksistens på sociale medier.

Schulz argumenterer ydermere for, at medier i kommunikationsprocesser er associeret med følgende tre processer 1) *viderebringelsesfunktionen*: mediernes evne til at viderebringe information over tid og rum (Schulz, 2004, s. 90), 2) *en semiotisk funktion*: mediernes evne til at simplificere budskaber gennem semiotiske processer (Schulz, 2004, s. 92) og 3) *en økonomisk funktion*: mediernes evne til at standardisere medieprodukter som en masseproduktionsproces gennem teknologi (Schulz, 2004, s. 92).

Til Hjarvards begrebsforståelse hører der også, at medialisering bør knyttes til en historisk, kulturel og sociologisk karakter (Hjarvard, 2009a, s. 9), hvilket vil sige, at ”Med medialiseringen vil vi med andre ord udpege en særlig periode og tilstand i kultur- og samfundsudviklingen, hvor mediernes logik får en særlig fremherskende indflydelse på samfundets øvrige institutioner” (Hjarvard, 2009a, s. 10). Hjarvards definition på medialisering er således en teori om mediernes øgede og ændrede betydning i kultur og samfund. Medierne forstås i denne sammenhæng både som noget, der integreres i institutioner og som en selvstændig instans i samfundet. Medierne arbejder gennem en institutionel og teknologisk virkemåde, hvilket betyder, at medierne fordeler materielle og symbolske ressourcer, og arbejder gennem formelle og uformelle regler (Hjarvard, 2009a, s. 13). Medierne har altså selvstændiggjort sig som en medieinstitution, der agerer som et bindeled mellem samfundets institutioner og aktører – det vil sige, de både påvirker og konstituerer fælles virtuelle kommunikationsrum, som institutioner og aktører i stigende grad bliver afhængig af i den indbyrdes interaktion (Hjarvard, 2009a, s. 15). Det vil sige, at medierne påvirker samfundet ved at gribe ind i den sociale interaktion i institutionen, mellem institutioner og i samfundets helhed (Hjarvard, 2009a, s. 20). Her kan man stille spørgsmålet om hvilken indvirkning Strava har på institutionen, mellem institutioner og samfundet, hvilket jeg vil reflektere over i analysen.

For at forstå mediernes påvirkning, må vi først forstå social interaktion, der også kan ses som *kommunikativ handlen*. For med kommunikation udveksler mennesker ikke blot information, de påvirker hinanden og deres relation gennem handlinger såsom at love, bekræfte, afvise etc. Ydermere, muliggør medierne også social handlen, som tidligere krævede en fysisk tilstedeværelse. Mediernes indgriben i interaktionen vil afhænge af mediernes egenskaber. Her skal man både forstå de materielle og tekniske aspekter samt de sociale og æstetiske aspekter. Disse egenskaber kan forstås gennem begrebet *affordances* (Hjarvard, 2009a, s. 20), hvilket vil blive uddybet senere i teoriafsnittet.

Helt konkret betyder medier, at mennesker kan *holde flere sociale interaktioner åbne på samme tid*, og dermed veksle mellem at være frontstage og backstage i flere situationer på samme tid, hvilket i den umedierede, ansigt-til-ansigt kommunikation, ikke er nemt. Det er ikke umuligt, men det betragtes dog som et brud på normerne, hvis personer forsøger at holde flere interaktioner åbne på en gang ansigt-til-ansigt (Hjarvard, 2009a, s. 23).

Desuden er et kendetegn ved medieret kommunikation, at afsenderen kan *optimere den sociale interaktion til egen fordel*. Det sker ved, at medierne aflaster afsenderens relationer, da de kan opnå større kontakt med mindre indsats. Det øger også muligheden for at kontrollere interaktionen. Desu-

den, giver medierne mulighed for at *styre information til og fra deltagerne* (Hjarvard, 2009a, s. 23). Her kan der skelnes mellem de indtryk individet henholdsvis *giver* og *afgiver*, hvor individet selv kan give et indtryk, ved at styre, men underbevidst afgive andre informationer. Medierne giver større mulighed for at styre disse informationer, og jo smallere en kommunikationskanal individet benytter, desto nemmere er det at styre (Hjarvard, 2009a, s. 24). I sidste ende kan medieret social interaktion ende med at ændre de normer, mennesker har bygget op i den umedierede sociale interaktion. Den afstand, som medierne skaber mellem personer og interaktion, kan komplicere de kommunikative relationer. En konsekvens kan være, at normerne ændrer sig i sådan en grad, at umedierede situationer, der opfattes illegitime, kan opstå i den medierede kommunikation (Hjarvard, 2009a, s. 25). Dette perspektiv er også relevant for feltet om Strava, og spørgsmålet om hvilke situationer, denne form for normændring sker vil jeg undersøge i min analyse.

Sportsmedialisering

Som en tilføjelse til klassisk medialiseringsteori sætter Kirsten Frandsen sport i en medialiseringssammenhæng i bogen *Sport and mediatization* (2020), som dækker alt fra medialisering af sportsevents, television, sportsorganisationer, e-sport og mest relevant for netop min opgave; mobilenheder og sociale medier i motionssport (Frandsen, 2020). Det betyder også, at mediernes indvirkning på sport gælder for både professionelle atleter, amatører og motionister (Frandsen, 2020, s. 5). I Frandsens introduktion eksemplificerer hun mediernes indvirkning på motionister gennem Tommy, der er en ung mand, som er i gang med at færdiggøre sit speciale. Ved siden af dette, bruger han timevis på at træne både cykling og løb. Men han er ikke en del af en sportsklub, selvom han både er social og konkurrencemindet. Derimod er hans sportspraksis baseret på Facebookgrupper og træningsapps som Strava. Tommy er, ligesom mine informanter, et bevis på den trend, der eksisterer i især Nord-europa, Nordamerika og Australien, hvor motionister selvorganiserer sig som et resultat af samfundsmæssige og kulturelle trends hvor individualisering, kommercialisering og globalisering spiller ind (Frandsen, 2020, s. 2). Ydermere peger Frandsen også på, at Tommys brug af Strava er et eksempel på, hvordan digitalisering er en central faktor (Frandsen, 2020, s. 3).

Hjarvard argumenterer for, at mediernes gennemslagskraft har været grobund for, at forholdet i forskellige arenaer vendes om, således det umedierede kopierer det medierede, hvor det tidligere har været det medierede, som genskabte det umedierede. Det mener han, har resulteret i, at sportsbegivenheder nu bliver tilrettelagt, så de er egnede til tv og ikke omvendt. Det betyder, at autenticiteten

ikke længere kun findes i det umedierede, men at autenticiteten i medialiseringen bliver et produkt af *samspillet* mellem det medierede og umedierede (Hjarvard, 2009a, s. 12). Spørgsmålet er dog, om individet har gjort sig denne erkendelse og accepterer, at autenticiteten findes et sted midt i mellem. Det vil jeg undersøge med udgangspunkt i Strava, da det er et felt, hvor mødet mellem medieret og umedieret bliver tydeligt.

Og selvom Hjarvard argumenterer for, at medierne tilrettelægger sportsbegivenheder, argumenterer Frandsen dog for, at forholdet går begge veje, således medierne har formet sport, men også at sport har formet medierne (Frandsen, 2020, s. 1). Medier og sport hænger altså udiskuterbart sammen, og det må siges at være samspillet mellem de to, som er interessant at undersøge, for som Frandsen citerer Hutchins og Rowe for: "It is time to think less in terms of the longstanding relationship between sport *and* media, and more about sport *as* media" (Hutchins & Rowe, 2012, s. 10 i Frandsen, 2020, s. 4). Det betyder, at medier og sport ikke længere kan ses som to forskellige arenaer, men som én arena. Og ligesom autenticiteten skal findes et sted mellem det medierede og umedierede, kan det heller ikke siges om medialiseringen har positive eller negative konsekvenser på et generelt plan. Her afhænger det af den specifikke kontekst (Hjarvard, 2009a, s. 14). Lige så vel som medieret kommunikation heller ikke er mere eller mindre virkeligt end umedieret kommunikation (Hjarvard, 2009a, s. 22).

For at konkretisere sportsmedialisering til mit felt, er det nødvendigt at sætte det i kontekst til mobilenheder. Frandsen argumenterer for, at træningsapps er et resultat af en institutionel ændring, hvor blandingen af offline og online kombineres (Frandsen, 2020, s. 101). Men dette er blot én bølge, som har været med til at ændre forholdet mellem sport og medier. Inden mobilenheder vandt indpas, var der en bølge af tv-transmission af sport, som ændrede alle mediers forhold til sport (Frandsen, 2020, s. 17). Som et eksempel uddyber Frandsen over et kapitel hvordan cykelløbet Tour de France som et sporting mega-event, har været med til at ændre sport og mediers forhold. Et perspektiv, som er vigtigt også at uddybe forinden, da betydningen af cykelløbet også har indflydelse på træningspraksissen gennem træningsapps som Strava.

Sporting mega-events er sportsbegivenheder, som er specielle i sin eksistens grundet medierne. Disse events er betydningsfulde for både atleter og offentligheden og kan forstås som konkurrencer, der definerer den specifikke sport. Mediernes vigtighed må heller ikke underkendes i events som disse. Både geopolitiske, kommercielle og nationalpolitiske agendaer fylder i form af sponsorater i disse events (Frandsen, 2020, s. 48). Specifikt har Tour de France haft en enorm betydning for

Frankrigs turisme – hvilket betyder, at lokationen har haft stor betydning for eventets signifikans (Frandsen, 2020, s. 49). Det har haft en indflydelse på Frankrigs nationalidentitet og deres kulturelle traditioner. Ydermere, giver cykelløbets mobile udformning mulighed for, at publikum kan følge cykelløbet gratis på de offentlige landeveje i Frankrig. Det skaber en intens og intim oplevelse for publikum (Frandsen, 2020, s. 51). Og selvom Tour de France den dag i dag er televiseret verden over, og moderne medier har været med til at udbrede viden om cykelløbet, har Tour de France altid været præget af medier, og det er et udtryk for, hvordan medier historisk set har præget moderne sport (Frandsen, 2020, s. 50). Cykelløbet blev nemlig grundlagt af avisen L'Auto som et led i en reklamestrategi for avisens overlevelse og for at gøre sig konkurrencedygtig mod andre rivaliserende sportsmedier. Det gør, at vi bør se cykelløbet som et medialiseret event fremfor et medie-event (Frandsen, 2020, s. 50).

Mobilenheder i sport

Når det kommer til den anden bølge, som jeg nævnte ovenfor om mobilenheder og sociale medier i motionssport, handler det mere om den rolle som semi-offentlige og interpersonelle digitale og mobile medier spiller – herunder træningsapps (Frandsen, 2020, s. 100). Som det også er beskrevet i mit litteraturreview, har mobile GPS baserede kommunikationsteknologier været katalysator for denne bølge. Ifølge Frandsen er denne bølge af sportsmedialisering præget af fysiske, sociale og kulturelle praksisser i motionssport som blandes mere og mere med mobile- og digitale enheder (Frandsen, 2020, s. 101).

Her er perspektivet om sport cyberspsychology relevant. Olivia A. Hurley præsenterer begrebet i sin bog herom. Alene dækker cyberpsychology over hvordan mennesker interagerer med hinanden gennem teknologi (Hurley, 2018, s. 4). Og når ordet *sport* kommer med, dækker det over feltet om psykologiske principper i sportslige settings (Hurley, 2018, s. 5). Hurley definerer sport cyberspsychology som hvordan mennesker interagerer med teknologier i sport og hvilke mentale indvirkninger – både positive og negative – som teknologien har på sportsudøvere. Ydermere handler det om menneskets interaktion med teknologien i sportslige settings. Ifølge Hurley har der nemlig været rapporteret flere tilfælde, hvor sportsudøvere har oplevet positive resultater som et produkt af brugen af teknologi – men der har også været tilfælde, hvor det peger på negative konsekvenser (Hurley, 2018, s. 5). Hurley gennemgår flere forskellige former for teknologi, som har relevans i denne sammenhæng:

- GPS (Global Positioning System)-teknologi kan ifølge Hurley bruges til at informere sportsudøvere om deres egen performance, men også om eventuelle holdkammeraters performance. Det betyder, at i konkurrenceprægede situationer, har disse sportsudøvere ikke råd til at have dårlige dage, da det kan have konsekvenser for, om de får lov til at konkurrere (Hurley, 2018, s. 28).
- Smart devices som mobiltelefoner og tablets kan også bruges som redskab i træningen. Eksempelvis til at lave daglige målinger af helbredet. Ydermere har sportsudøvere tidligere også benyttet sig af papir og kuglepen til at skrive træningsnotater ned, hvor det nu kan skrives ned på telefonen og deles online mellem hold/sportsudøvere/trænere (Hurley, 2018, s. 36).
- Wearable technologies har også vundet frem de senere år. Disse teknologier er yderst vigtige i sportsgrene, hvor det i elitedelen kommer ned til få sekunder (Hurley, 2018, s. 37).

Det er dog også vigtigt, at vi forstår træningsapps som ikke bare teknologi, men som et medienetværk, der er et redskab til kommunikation og interaktion (Frandsen, 2020, s. 101). Og for de motionister, som benytter sig af teknologier i træning, kombineres en offline træningsaktivitet med en online digital eksistens, hvor dynamikker fra både sport og digitale medier eksisterer inde i selve kernen af deres aktivitet (Frandsen, 2020, s. 101). For nogen betyder det, at de har teknologien som en absolut nødvendighed, og ikke kan træne uden den (Frandsen, 2020, s. 103). Træningsapps giver nemlig motionister mulighed for at få flere lag af mening i deres træning (Frandsen, 2020, s. 101). Det betyder også, at hvis en motionist ikke kan motionere uden teknologi, kan det være den sociale interaktion online bagefter, som giver mening til træningen, eller at det er dataene og muligheden for at evaluere træningen bagefter, som giver mening dertil (Frandsen, 2020, s. 103). Andre motionister kan modsat have et behov for at træne uden teknologier, for at mærke efter i egen krop. Det peger på, at medialisering i sport også kan skabe et øget niveau for refleksion (Frandsen, 2020, s. 104). Frandsen fremstiller tre dimensioner af mening:

1. *Systemer af kommunikation* – Frandsen argumenterer for, at træningsapps ikke er neutrale dataværktøjer, men derimod kommunikationssystemer, der definerer og koder social interaktion og oversætter symbolske værdier gennem design og funktioner. Disse apps tilbyder derfor ikke envejskommunikation, da brugerne responderer på de kommunikative systemer og funktioner (Frandsen, 2020, s. 104). Eksempelvis gennem ikoner, profilbilleder etc., som er med til forme historien om den individuelle bruger (Frandsen, 2020, s. 105). Trænings-

apps kan skabe mening for brugeren gennem data, som appen personificerer, og sender tilbage til dem. Funktioner som feedback, tilrettelæggelse af træning og coaching er elementer, som kan være værdifulde for forbrugeren (Frandsen, 2020, s. 105). De giver altså mulighed for at strukturere og organisere, hvilket giver en form for fleksibilitet (Frandsen, 2020, s. 101).

2. *Visualisering af træningsdata* – Elementer som diagrammer, ikoner og træningsdata (kalorieforbrug, puls, fart, distance etc.), kan give brugeren instinktiv feedback. Disse elementer giver rum til refleksion – selvrefleksion såvel som ved at kommunikere det til andre. Visualiseringen af træningen bliver til en symbolsk repræsentation af det fysiske, som de har præsteret. Og selvom det kan siges, at disse visualiseringer kan objektivisere kroppen på negative måder, ændrer det ikke på, at træning bliver gjort visuel og giver plads til at dele og sammenligne præstationer, og det giver materiale til at reflektere over (Frandsen, 2020, s. 106).
3. *Social interaktion online/offline* – Her skabes mening gennem den sociale interaktion mellem jævnbyrdige parter. Træningsapps, der tilbyder brugere at kommunikere med hinanden, skaber mening – men hvor det i de to ovenstående punkter, har været teknologien, som har været katalysator for meningen, handler dette punkt i højere grad om brugerens eget engagement til at interagere. Her påpeges det også, at netop praksissen i at etablere sig selv på en platform for træning, hvor andre har adgang til brugerens træningsdata, er en kommunikativ handlen, der sender et budskab om, at brugerens træning er orienteret mod andre og dermed bliver meningsfulde for brugeren (Frandsen, 2020, s. 107). Funktioner som likes og kommentarer, er elementer, der er med til at lade brugeren vide, at deres træning er blevet set, og dermed bliver social meningsfuld. Anerkendelse og support er dermed vigtige elementer i disse netværk (Frandsen, 2020, s. 108). Kommunikationen har dog også den konsekvens, at den kan opbygge et billede af, hvordan den enkelte bruger træner (Frandsen, 2020, s. 109), hvilket er med til at konstruere brugerens identitet (Frandsen, 2020, s. 108).

Medier, der giver mulighed for at danne netværk, tilbyder mennesker en ny form for forbindelse mellem hinanden. Og den måde mennesker vælger at bygge sociale netværk, der relaterer sig til sport online, er alle kommunikative handlinger. Den forbindelse online netværk tilbyder går ikke kun mellem brugere af mediet. De kan også gå mellem bruger og indhold, brugere og brugernes aktiviteter samt brugere og annoncører. Disse forbindelser har alle forskellige implikationer på sport som en institution, da det ændrer på mønstre af social interaktion (Frandsen, 2020, s. 109). Eksem-

pelvis kan forbindelse ændres i etablerede klubber, hvor medlemmer kan interagere med andre medlemmer gennem sociale netværk online – det både ændrer og tilfører kommunikation (Frandsen, 2020, s. 110). På den anden side findes de ”gratis” fællesskaber, som træningsappsene kreerer. Her mødes brugere med kommercielle aktører gennem online klubber og reklamer. Der ses et skifte i de organisatoriske strukturer, hvor mange nye græsrodsclubber opstår på frivilligt arbejde, men hvor deres kommunikationsplatforme er globale sociale medier, som er styret af kommercielle interesser – nogle af disse klubber opstår også med det kommercielle perspektiv fra starten af, eksempelvis lokale barer eller etablerede sportsbrands. Der ses altså en større sammenhæng mellem kommercielle interesser og græsrodsbevægelser nu, men det er ikke nyt, at sport og kommercielle interesser har præget hinanden før (Frandsen, 2020, s. 111). Der er eksemplet om Tour de France igen relevant, da cykelløbet som nævnt, blev grundlagt på kommercielle interesser.

Individualisering i sport

En stor del af online træningsfællesskaber baserer sig på, at individet nu dyrker sin egen sport. Det er muligt, at denne ændring både er muliggjort på grund af medialisering, som beskrevet ovenfor, men et andet perspektiv på hvorfor, denne ændring sker, er individualisering, der giver individet mere autonomi og ansvar. Der er ikke tale om en stærk form for selvafhængig individualisme, men det argumenteres, at der nærmere er tale om en fremkomst af nye kollektiver; *light sporting communities*, der giver individet mere frihed. Disse fællesskaber kan ses som et svar på strukturelle ændringer i senmodernitet, men fra et medialiseringsperspektiv viser fremkomsten af fællesskaberne også, at sociale mediers forbindelse hænger sammen med andre arenaer (Frandsen, 2020, s. 112).

Hjarvard ser også på denne del af medialisering og individualisering og kalder det for *blød individualisme*, hvor individet ikke længere definerer sig selv gennem arbejde, men også gennem livsstil, socialt liv og sport (Frandsen, 2020, s. 113; Hjarvard, 2009b, s. 165), hvilket også viser hvordan individet er blevet influeret af forlængede medienetværk (Hjarvard, 2009b, s.160). Her fungerer medier som et vigtigt redskab i definitionen. Desuden er individets karakter dybt afhængig af anerkendelse fra dets medmennesker (Frandsen, 2020, s. 113). Hjarvard argumenterer for, at grundet stigningen af selvrefleksion og subjektivitet tvinges individet til at konstruere sin egen identitet. Denne proces bliver en livslang proces, der muligvis vil betyde, at individet vil gennemgå flere forskellige og modsatpægende identiteter grundet globalisering og urbanisering. Konstruktionen af individets identitet er blevet sværere med tiden, da identitet ikke længere bliver arvet gennem traditioner og

institutioner (Hjarvard, 2009b, s. 161). Hjarvard benytter Albeit Riesmans begreb *social karakter* til at beskrive de ændringer, som medier har haft på individet. Social karakter forstås her som "[...] the mechanism through which society gets its members to *want* to act in ways they *have* to act as members of society" (Hjarvard, 2009b, s. 164).

Et andet begreb, *mode of conformity*, betyder at individet eller grupper i samfundet, handler i overensstemmelse med krav fra samfundet og kultur grundet psykologiske og sociale dispositioner. Her er en vigtig pointe, at individet vil prøve at skabe en karakter, der ikke bukker under for samfundets pres. Men, jo mindre individet passer ind i den sociale kontekst, jo større er de psykologiske og sociale konsekvenser for individet – derfor vil individet gradvist imødekomme samfundets krav (Hjarvard, 2009b, s. 164). Riesman udpeger tre forskellige slags karakterer, hvor Hjarvard identificerer den tredje karakter, som den, han finder, passer bedst ind i medialiseringen; det andrestyrede menneske (*the other-directed character*) (Hjarvard, 2009b, s. 164). Denne karakter reguleres af en diffus angst for ikke at blive anerkendt og elsket af sine medmennesker (Hjarvard, 2009b, s. 165). Riesman beskriver tre komponenter for det andrestyrede menneske, som er essentielle når individet skabes. Han argumenterer for, det skabes gennem 1) interaktion i det moderne samfund, 2) det er reproduceret gennem en intens monitorering af et udvidet socialt miljø og 3) anerkendelse er en vigtig regulator for udvikling af selvværd og opførsel. Her argumenterer Hjarvard i øvrigt for, at medierne kolliderer med alle disse tre processer. Dermed bliver medierne en enorm del af hvordan individet skabes (Hjarvard, 2009b, s. 170).

Ydermere, citerer Hjarvard også Axel Honneth for tre forskellige former for anerkendelse, som er vigtige for individet (Hjarvard, 2009b, s. 173):

- Kærlighed; i den private sfære, gennem tætte bånd med familie og tætte venskaber finder individet *selvtillid*.
- Respekt; i den offentlige sfære, gennem respekt fra samfundet af individets morale og stemmeret finder individet *selvrespekt*.
- Værdsættelse (esteem); i den sociale sfære, gennem værdsættelse af individets præstationer i en social gruppe finder individet *selvværd* (Hjarvard, 2009b, s. 173).

Alle tre former for anerkendelse er vigtige for individets autonomi. Medierne har dog udvisket linjerne mellem individets forskellige sfærer, da sociale netværk pludselig kan være forummer for anerkendelse af både private, offentlige og sociale præstationer, hvilket især også er muligt, da selvpresentation er blevet nemmere at forme for individet selv (Hjarvard, 2009b, s. 173).

Selvom dette er blevet nemmere for individet, og selvom sociale anerkendelser er blevet nemmere at få gennem svage og stærke sociale relationer, kræver det også mere arbejde at opretholde det (Hjarvard, 2009b, s. 174). Medierne reproducerer kernen af individet gennem livsstil, morale og sociale relationer, og dermed har individet ikke kun brug for relationer, for at opnå autonomi ”Increasingly, we may add, he also needs the media” (Hjarvard, 2009b, s. 175). Forholdet mellem individ og medier er gensidigt. Medierne fungerer ikke kun som den fjerde statsmagt men medierne har udviklet sig på sådan en måde, at de også søger mennesket. Medierne producerer nemlig indhold, der er i overensstemmelse med populære aktiviteter hos befolkningen (Hjarvard, 2009b, s. 171).

Affordances

Affordances-begrebet stammer fra James Gibsons perceptionsteori. Han satte ikke begrebet i relation til medier, men hans tankegang var, at mennesker forholder sig til verden fra en handlingsorienteret og praktisk tilgang, og ”Ved affordance forstår han det forhold, at enhver fysisk genstand i kraft af sine materielle kvaliteter (form, størrelse, stoflighed osv.) tilbyder sig for omverdenen som en mulig brugsgenstand” (Hjarvard, 2009a, s. 20).

Affordances bestemmes dog ikke kun af objektets handlemuligheder, men er afhængig af aktørens egenskaber. Altså skal objekt og aktør passe sammen. Det fører videre til begrebet *perceived affordances*, der indikerer, at forholdet mellem objekt og modtager er relationelt og afhængig af modtagerens opfattelse af objektet. I et medieperspektiv betyder det, at medier er teknologier med affordances, der muliggør, begrænser og strukturerer kommunikation og handlen (Hjarvard, 2009a, s. 21). Eksempelvis muliggør medierne, at mennesker kan kommunikere på afstand og ikke længere er afhængig af ansigt-til-ansigt kommunikation, hvilket i sidste ende betyder, at medierne ændrer den sociale interaktion.

Ifølge Ian Hutchby er teknologier en stor del af affordances begrebet. Det handler dog ikke kun om teknologien, men om forholdet mellem teknologien og de sociale interaktioner hvori de eksisterer, og opnår mening (Hutchby, 2001, s. 442). Hutchby argumenterer også for, at teknologier ikke er fastlåst på den måde, som designet har tiltænkt dens funktioner skal benyttes på, men at samspillet med mennesket gør, at den kan læses på en anden måde, og at brugen dermed bliver anderledes. Denne proces er altså en åben og forhandlende proces (Hutchby, 2001, s. 445). Affordances kan være forskellige fra artefakt til artefakt. Og affordances kan også være forskellige mellem arter og

kontekster, men de er dog aldrig fuldstændig variable (Hutchby, 2001, s. 447). En affordance kan også eksistere selvom mennesket ikke gør brug af den. Eksempelvis vil et fortov altid være muligt at gå på for mennesket. Det bliver nemlig ikke mindre tilgængeligt af, at mennesket ikke går på det. Affordances kan også forstås som funktionelle og relationelle. Funktionelle, fordi de er muliggørende, og relationelle på den måde, at det muliggørende aspekt er differentierende mellem arter. Med det mener Hutchby, at fortovets muliggørende funktion af at kunne blive gået på, bliver manifesteret *når* mennesket går på det (Hutchby, 2001, s. 448). Ydermere bør mennesket også lære om hvilke affordances et artefakt tilbyder, da et artefakt i nogle tilfælde vil have en funktion som kan være ødelæggende for artefaktet – eksempelvis at åbne et kameras filmrulle og ødelægge det med lys. Hutchby har også en pointe om, at affordances kan designes ind i artefaktet, så artefaktets affordances bliver letlæseligt for brugeren (Hutchby, 2001, s. 449).

Og selvom et artefakt ikke var tiltænkt til at blive benyttet på en bestemt måde, er det stadig artefaktets affordance, der afgør og muliggør de ”ikke-tiltænkte” funktioner, som mennesket vælger at benytte fra det. Hutchby beskriver det således: ”The interpretations and negotiations referred to are interpretations of the affordances of the artefact: the possibilities for action that it offers” (Hutchby, 2001, s. 449). Dermed bliver man nødt til at acceptere, at teknologiers funktion bliver afgjort i interfacet mellem menneskelig interaktion og teknologiens affordances (Hutchby, 2001, s. 453).

Affordances i sociale netværk

For mit speciale finder jeg det interessant at uddybe og undersøge, hvilke affordances, der er vigtige i sociale online netværk. Her har Treem og Leonardi et bud på fire affordances, som er med til at ændre forskellige processer om socialisering, informationsdeling og magt (Treem & Leonardi, 2012). Selvom Treem og Leonardis perspektiv er på organisationer, og deres affordance begreber er udviklet med organisatoriske sammenhænge for øje, er de baseret på generelle træk ved sociale medier (Treem & Leonardi, 2012, s. 10), og derfor ikke bundet til konteksten. Jeg vil derfor anvende de fire processer som analytiske redskaber. Treem og Leonardis forståelse af, hvad affordances er, stammer også fra Gibsons perceptionsteori (Treem & Leonardi, 2012, s. 5), og stemmer derfor overens med det perspektiv, som jeg netop har beskrevet ved Hjarvard og Hutchby.

Et interessant perspektiv hos Treem og Leonardi er, at de definerer hvad sociale medier er ud fra de funktioner og affordances, som de respektive sociale netværk tilbyder (Treem & Leonardi, 2012, s. 4), og ikke på baggrund af enkelte teknologier eller netværk. Denne tankegang bygger på, at sociale

medier og teknologier ændrer sig hele tiden, og de netværk vi vil bruge i fremtiden, ikke nødvendigvis vil være de samme. Dermed er deres tilgang mere tidløs og kan være grundlæggende for en mere generel teoretisk tilgang (Treem & Leonardi, 2012, s. 50). Det betyder, at forskellige sociale netværk kan tilbyde forskellige funktioner, men som i sidste ende "[...] affords the same type of communicative behavior" (Treem & Leonardi, 2012, s. 7). Ifølge dem, kan en definition af sociale medier på baggrund af affordances føre til en forståelse for hvornår, hvorfor og hvordan sociale medier ændrer sig (Treem & Leonardi, 2012, s. 7). Og hvilke affordances er så det? "We argue that in combination, visibility, persistence, editability, and association are four affordances that help to characterize what is new and, quite possibly, consequential about social media [...]" (Treem & Leonardi, 2012, s. 10).

Visibility

Med synlighed på sociale medier, har brugere mulighed for at gøre deres kompetencer, som engang var usynlige eller i hvert fald skjult (Treem & Leonardi, 2012, s. 11), synlige overfor andre (Treem & Leonardi, 2012, s. 10). Den synlige information kan dermed benyttes direkte af andre, eller som meta-information – *hvem ved hvad* (Treem & Leonardi, 2012, s. 11). Det gør også, at kommunikationen bliver åben og fælles (Treem & Leonardi, 2012, s. 13).

Ydermere vil sociale medier også afforde, at brugerne kan benytte teknologien til at repræsentere dem selv strategisk (Treem & Leonardi, 2012, s. 14), men det fordrer også, at de kan dele erfaringer med andre brugere. Det indikerer, at de andre brugere kan danne et billede af, hvem de andre på platformen er (Treem & Leonardi, 2012, s. 15). Dermed vil sociale medier både afforde, at brugerne kan dele ud af sig selv, men også at andre brugere kan bruge denne viden til at søge information om dem. Endvidere, kan sociale medier også være et rum for aktivitetsstrømme, hvor det er muligt for andre at følge med i, hvad der sker lige nu og her (Treem & Leonardi, 2012, s. 16).

Persistence

Persistence bunder i, at information delt på sociale medier ikke udløber efter informationen er delt (Treem & Leonardi, 2012, s. 18). Det gør, at informationen er tilgængeligt gennem tid og rum og den dermed bliver vedvarende. Denne information kan dermed fremsøges, browses, genlæses, re-struktureres, visualiseres og re-kontekstualiseres. Det kan have indflydelse på personlige, sociale og institutionelle praksisser (Treem & Leonardi, 2012, s. 19). Ydermere giver persistence mulighed for: at vedligeholde viden over tid (Treem & Leonardi, 2012, s. 20); at skabe robuste kommunikati-

onsformer (Treem & Leonardi, 2012, s. 22); og vokse indhold på platformene (Treem & Leonardi, 2012, s. 24).

Editability

Muligheden for at redigere i indhold gør, at afsenderen kan bruge lang tid på at forberede sin kommunikation, før den er delt med andre, og tilrettelægge præcis det budskab, de gerne vil sende til modtageren(e). Det betyder også at kommunikationen er formet i isolation af andre, og at den er asynkron hvilket betyder, at afsenderen ikke vil møde direkte reaktioner fra modtageren(e) (Treem & Leonardi, 2012, s. 25). At redigere i indhold gælder også på bagkant. Dermed kan brugeren gå tilbage i det indhold, som de allerede har delt, og eksempelvis rette stavefejl. Denne affordance gør, at afsenderen har en form for kontrol og magt over sit indhold (Treem & Leonardi, 2012, s. 26). Muligheden for at redigere indhold kan forme praksis ved at: brugerne kan regulere deres selvfremsstilling; brugerne kan tilrettelægge deres indhold (Treem & Leonardi, 2012, s. 27); brugerne kan forbedre kvaliteten (Treem & Leonardi, 2012, s. 28).

Association

Association kan i denne sammenhæng oversættes til forbindelser. Det består nemlig af de etablerede forbindelser mellem individer eller mellem individer og indhold. Forbindelserne eksisterer i to former 1) *person-til-person* – disse forbindelser kan være ”venner” på et socialt medie, der indikerer et eksplicit forhold og 2) *person-til-indhold* – her er forbindelsen et individ, der afsender information til flere på en gang (Treem & Leonardi, 2012, s. 30). I begge situationer associeres brugerne med de individer, de omgås med, eller det indhold, som de interagerer med.

Endvidere ser de tre centrale effekter af associationer som sociale medier afforder: det styrker sociale forbindelser (Treem & Leonardi, 2012, s. 32); giver adgang til relevant information (Treem & Leonardi, 2012, s. 33); det muliggør nye uforudsete forbindelser (Treem & Leonardi, 2012, s. 34).

Metodiske og videnskabsteoretiske overvejelser

I det følgende afsnit vil jeg uddybe hvilke metodiske valg, jeg har gjort mig i mit speciale. Først vil jeg afdække den kvalitative tilgang, hvorefter jeg vil beskrive hvad henholdsvis autoetnografisk metode og interview som metode er, og hvordan jeg har genereret min egen data. Dernæst vil jeg beskrive hvordan jeg har samlet mine informanter og præsentere dem kort. Herefter vil jeg præsentere to metoder, tekstanalyse og dokumentanalyse, til at behandle sekundære data. Jeg vil også ud-

dybe hvordan jeg vil behandle dataene gennem kodning. Afslutningsvis vil jeg beskrive mit videnskabssteoretiske ståsted ved hermeneutik og social konstruktivisme. Først vil jeg dog introducere mit undersøgelsesdesign.

Undersøgelsesdesign – Casestudie

Min problemformulering, som tidligere introduceret, er som følger: Hvordan bidrager træningsappen Stravas teknologiske affordances til medialiseringen af træningspraksis, og hvordan påvirker det brugernes interaktioner, adfærd og oplevelse af motivation og selvopfattelse?

For at kunne besvare min problemformulering, har jeg udarbejdet et undersøgelsesdesign, som vil gøre mig i stand til at undersøge fænomenet metodologisk. Designet er udviklet med en ide om, at forskningen er problemstyret og at man dermed "[...] anvender de metoder, som for en given problematik bidrager bedst til at besvare de foreliggende forskningsspørgsmål." (Flyvbjerg, 2020, s. 651).

Mit undersøgelsesdesign baserer sig på et casestudie, der er kendetegnet ved, at man undersøger en enkelt enhed eller et afgrænset system (Flyvbjerg, 2020, s. 621) – eller et socialt fænomen, som Yin kalder det: "[...] to understand a social phenomena." (Yin, 2009, s. 4). I casestudiet vælger man lige så meget, hvad der skal undersøges, som hvordan det skal undersøges. Casestudier tilfører en form for detaljegrad og dybde, da man netop fokuserer på et afgrænset fænomen. Det giver dermed mulighed for at undersøge fænomenet i relation til omgivelserne, da casestudier undersøges ud fra en kontekst. Grænsen for det afgrænsede fænomen er derfor afgørende for hvilken kontekst fænomenet ses i (Flyvbjerg, 2020, s. 622). I mit speciale er grænsen mellem kontekst og fænomen udvisket, da en del af den træningspraksis som mine informanter bevæger sig indenfor, indeholder flere medie- og teknologi aspekter. Fænomenet er dog Strava, hvilket er her omdrejningspunktet foregår, men en del af forståelsen af Strava ligger også i forståelsen af konteksten i form af til- og fravalg af andre medier og teknologier. Samtidig med at konteksten for brugen ligger i de tidligere erfaringer informanterne har i deres træningspraksis.

Det fænomen, jeg undersøger, er et udsnit af den sociale virkelighed i en real-life-context. Det kalder på en kvalitativ tilgang da kompleksiteten ikke kan indfanges kvantitativt. Mit fænomen har potentiale til at ændre sig hele tiden, og kan siges at være *contemporary*, og derfor er det nærliggende at benytte sig af et casestudie (Yin, 2009, s. 8). Mit casestudie er kvalitativt anlagt. Jeg vil nemlig

undersøge fænomenet ved at trække på en række kvalitative metoder og empiri: autoetnografisk metode; interview; tekstanalyse; dokumentanalyse; kodning. Det er i øvrigt en af de stærke kvaliteter i casestudiet – at man kan beskæftige sig med bred række af evidens såsom dokumenter, observationer og interviews (Yin, 2009, s. 11).

Kvalitative metoder

I de kvalitative metoder undersøger man hvordan noget ”[...] gøres, siges opleves, fremtræder eller udvikles.” (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 15). Forskeren søger altså at forstå et fænomen og de dertilhørende erfaringer, og forskningen er dermed forpligtet til en menneskelig verden af værdier og meninger og menneskets perspektiv (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 16; Bryman, 2016, s. 393). Der er altså tale om, at forskeren benytter en eksplorativ tilgang, når de tilgår en undersøgelse kvalitativt (Kjærbeck, 2014, s. 161; Bryman, 2016, s. 394). De kvalitative studier står modsat de kvantitative studier (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 15), der undersøger hvor meget, der er af noget (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 16). Mit speciale baserer sig på kvalitative metoder, da jeg søger svar på, hvordan individer interagerer med hinanden og oplever deres tilstedeværelse på Strava. Jeg undersøger ikke hvor mange, der oplever Strava på en bestemt måde, men nærmere *hvorfor*, den enkelte oplever Strava på den bestemte måde. Her vil det derfor være et indblik i individets tanker og overvejelser, som kan give mig svar på dette.

Autoetnografisk metode

I kvalitativ forskning følger spørgsmålet om forskerens nærhed og distance til forskningsfeltet (Baarts, 2020, s. 203). Siden jeg begyndte min uddannelse i kommunikation, har jeg øvet mig i at distancere mig fra det undersøgende felt hver gang, jeg har udformet forskningsrelaterede projekter. Hver gang har det været en udfordring, specielt i de felter, som jeg har haft en særlig indsigt i. Det har derfor altid været en bekymring og en udfordring for mig. Men, med en autoetnografisk tilgang vil det ifølge Charlotte Baarts være muligt, at jeg kan benytte mine egne personlige erfaringer i mit speciale – så længe, jeg forholder mig reflektivt til mine erfaringer. Nærhed til forskningsfeltet er en ressource, og Baarts argumenterer for, at ”[...] subjektivitet er den eneste måde, hvorpå vi kan opnå viden om de fænomener, vi studerer.” (Baarts, 2020, s. 203).

Autoetnografi udviklede sig som metode ovenpå tre bekymringer om samfundsvidenskaber og kvalitative metoder: 1) skiftende idealer af forskning 2) bekymringer om etik og politik i forskning og 3) vigtigheden af sociale identitet og identitetspolitik (Adams et al., 2014, s. 8).

Den første bekymring baserede sig på repræsentativitetskrisen i 1970'erne, som blev formet ovenpå idealet om, at forskeren kunne adskille sig selv fra undersøgelsen (Adams et al., 2014, s. 9), hvilket fik samfundsvidenskabelige forskere til at radikalt re-tænke deres måde at forske (Adams et al., 2014, s. 10). Den anden bekymring baserer sig på etiske spørgsmål om at udnytte sine informanter – altså at forskeren har magten til at frame og præsentere hvad informanterne siger (Adams et al., 2014, s. 11). Og den tredje bekymring udspringer af fremkomsten af identitetspolitik i USA, hvor identitet begyndte at have betydning, der også byggede på en erkendelse af, at identitet havde indvirkning på hvilke livsvilkår, forskellige mennesker levede under (Adams et al., 2014, s. 14).

Den første reference til autoetnografi fandt sted i 1975 – omkring samme tidspunkt som identitetspolitik blev kendt (Adams et al., 2014, s. 16). I dag er det en anerkendt metode indenfor flere felter såsom antropologi, kunst, kommunikation, sygepleje, psykologi etc. Adams et al. argumenterer for, at med autoetnografi er det slut med at forskere taler på vegne af andre uden at stå til regnskab for deres egen identitet, oplevelser, social kapital, intentioner og antagelser (Adams et al., 2014, s. 18). Spørgsmålet om repræsentativitet er heller ikke nødvendigt, da autoetnografi fjerner ideen om repræsentativitet. Med autoetnografi kan forskere tage deres identitet med i forskning og anerkende hvordan den influerer forskningen (Adams et al., 2014, s. 22).

Adams et al. har et bud på en fremgangsmåde i autoetnografi på seks punkter (2014, s. 26):

1. Sæt personlig erfaring i forgrunden i forskning og skrivning
2. Illustrér meningsskabelsesprocesser
3. Brug og vis refleksivitet
4. Illustrér insider-viden om et kulturelt fænomen/en oplevelse
5. Beskriv og kritisér kulturelle normer, erfaringer og praksisser
6. Søg respons fra modtagere

Samtidig med disse punkter beskriver de også, at en forsker bør spørge sig selv *hvorfor* bruge autoetnografi. Her argumenterer de for, at metoden bør benyttes for at kritisere og tilføre viden; at omfavne sårbarhed for at forstå følelser; at gøre op med tabuer og slukke for stilheden; at gøre forskning tilgængelig for flere (Adams et al., 2014, s. 36).

Autoetnografi er en metode, der er opstået ud af etnografien, hvor forskeren ikke længere begrænser sit fokus til de udforskede erfaringer, men også inddrog sin egen erfaring i feltet (Baarts, 2020, s. 205). Studier med denne fremgangsmåde kan begynde med personlige oplevelser, som forskeren gerne vil forstå på et dybere plan (Adams et al., 2014, s. 47). Dette perspektiv er netop aktuelt for mit speciale, da jeg selv er en bruger af Strava, og har oplevet hvordan appen fungerer og sat spørgsmålstejn ved den måde, den sommetider påvirker mig på. Mine egne personlige erfaringer, har dermed været inspiration til omdrejningspunktet af mit speciale, og derfor finder jeg det også nødvendigt og oplagt at inddrage mit eget perspektiv. På denne måde vil specialet heller ikke påvirkes af en (u)bevidst bias, men derimod kan jeg forholde mig reflektivt til mine erfaringer.

Feltet, jeg undersøger, er online og dermed let tilgængeligt, da jeg ikke behøver finde vej ind i et lukket miljø. Et felt kan være alt fra en lokation, til et sted eller en anledning til et kulturelt møde (Adams et al., 2014, s. 50). Mit felt, og dermed Strava, kan siges at være præget af fysisk aktivitet. At åbne feltet op krævede, at jeg dyrkede sport således jeg kunne undersøge Stravas funktioner og påvirkninger i en almindelig hverdag. Dette var dog ikke nyt for mig, og det kan dermed siges, at jeg ikke opnåede et fuldt medlemskab (Adler & Adler, 1987 i Baarts, 2020, s. 208), men jeg derimod allerede var en del af det fællesskab, som jeg undersøger (Baarts, 2020, s. 208).

Praktisk har det foregået således, at jeg i to måneder (december 2024 og januar 2025) har optaget en lydfil hver gang, jeg har trænet. Disse lydfiler er blevet til *bekendelsesfortællinger*, som er den mest udbredte etnografiske genre, der består af mindre melodramatiske fortællinger om det felt, der er genstand for undersøgelsen (Baarts, 2020, s. 212). Mine træningsuger har i denne periode været struktureret efter et træningsprogram med omkring 7-10 træningspas indenfor svømning, cykling, løb og styrketræning. Efterfølgende har jeg uploadet mine aktiviteter til Strava, hvor jeg har reflekteret over hvordan jeg benyttede appen, hvilke tanker jeg gjorde mig og hvordan min træning forløb. En enkelt uge i januar afholdte jeg mig fra at benytte appen, for at se hvordan det påvirkede mig. Efter de to måneder, har jeg transskriberet mine memoer og derefter lagt materialet væk for at kunne genbesøge mine refleksioner med kritiske øjne. En erkendelse, jeg har gjort mig, er dog også, at to måneders intensivt autoetnografisk arbejde, har gjort mig opmærksom på elementer jeg ønsker forklaring og svar på. Derfor blev jeg hurtigt klar over, at mine egne autoetnografiske refleksioner ikke kunne stå alene. Jeg ønskede også at undersøge andres billede af Strava og træning, hvorfor jeg blev klar over, at et indblik i andres brug af appen ville være interessant.

Autoetnografi er ifølge Adams et al. en metode, der anerkender og værdsætter en forskers relationer til andre (Adams et al., 2014, s. 1). Studierne kan stamme fra og udforske individets relationelle og emotionelle liv (Adams et al., 2014, s. 4). Det medfører dog også, at der altid vil være personlige, relationelle og etiske risici ved at benytte metoden (Adams et al., 2014, s. 6). Baarts argumenterer for, at det i sidste ende dog altid vil være op til forskeren, i sin etiske praksis, at træffe sine egne beslutninger i et autoetnografisk studie, men at refleksioner over om forskeren søger konsensus eller skepsis må være gennemsigtigt. Samtidig bør forskeren også være autentisk i sine beslutninger og dermed positionere sig i forskningsfeltet (Baarts, 2020, s. 211).

Kritik af autoetnografisk metode

Jeg indledte afsnittet om autoetnografi på spørgsmålet om nærhed og distance til forskningsfeltet, og jeg vil afslutte med at reflektere over validiteten i autoetnografiske studier. Autoetnografiske studier har nemlig været udsat for kritik – som al anden videnskabeligt arbejde. Størstedelen af kritikken synes dog at bero sig på de mest ekstreme autoetnografiske studier. Her lyder kritikken blandt andet, at selvudforskning ikke interesserer andre end forskeren selv, at det kan læses som selvglad og det synes mere beslægtet med terapi end samfundsvidenskab (Walford, 2004; Rambo, 2007 i Baarts, 2020, s. 206). Ydermere, lyder kritikken også, at den autoetnografiske tekst balancerer mellem fiktion og videnskab, da mange studier ikke er gennemsigtige omkring om gengivelsen af begivenheder beror på lydoptagelser, feltnoter eller genkaldelse af erindringer (Baarts, 2020, s. 206). Et svar på denne kritik lyder, ”[...] at det at fokusere på selvet ikke udelukker det sociale, fordi selvet er socialt konstrueret” (Baarts, 2020, s. 206). Det betyder altså, at man gennem selvet kan aflæse den sociale kontekst, da selvets fortællinger involverer andre. Dermed kan man lære om det generelle gennem det enkelte (Rambo, 2007 i Baarts, 2020, s. 206).

I mit studie har jeg prøvet at imødekomme denne kritik. Som nævnt beror al min autoetnografiske empiri sig på lydoptagelser. Disse lydoptagelser er optaget umiddelbart lige efter, at jeg har trænet og uploadet til Strava. I få tilfælde optagelserne gjort nogle dage efter. Samtidig er mine aktiviteter offentligt dokumenteret på min personlige Strava profil. Dermed fungerer disse uploads også som genstande for det udforskede. Min empiri beror sig dog også på mine egne oplevelser og ikke nødvendigvis interaktioner mellem mig selv og andre mennesker. Dermed foregår interaktionen mellem mig selv og teknologien. Og for at gøre mit eget enkelte tilfælde relevant for det generelle, vil jeg i min analyse læse det ud fra en medialiseringssammenhæng, hvorfor materialet forhåbentlig vil tilføre ny

viden i dette felt. Afslutningsvis ønsker jeg at understrege, at disse betragtninger og autoetnografi som metode, er den eneste måde at få adgang til feltet og besvare min problemformulering.

Interview som metode

Jeg foretager endvidere en række kvalitative interviews med brugere af Strava. Disse informanter vil tilføre ny viden, som er anderledes end den, jeg selv opnår gennem mit autoetnografiske studie. Brinkmann og Tanggaard betragter interviewet som en måde at omsætte en samtale til metode. Interviewet vil give mig viden om andre menneskers livssituation, meninger, holdninger og oplevelser, og det anses for at være den måske mest udbredte tilgang i kvalitativ forskning (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 33). Det vil altså give mig adgang til mine informanternes livsverden, som er den verden de møder i hverdagslivet. Målet er at komme så tæt på denne virkelighed som muligt, da betragtningerne af deres livsverden altid vil være konstrueret i den samtaleinteraktion, som interviewet udgør (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 35). Interviewet er især godt til at undersøge de forhold, som har med relationelle, konversationelle, sproglige og narrative områder at gøre (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 38). Da jeg som sagt ønsker at undersøge interaktionen mellem Strava-brugere og mellem Strava-brugere og appen, vil dette speciale lægge sig under de relationelle og konversationelle områder. Mit speciale bygger på fem interviews, hvilket er typisk for denne slags projekter. En anbefaling er nemlig at udføre færre interviews, med en gennemarbejdet analyse, end at foretage mange overflødige interviews (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 36).

Semistruktureret interview

Jeg valgte at foretage interviewene ansigt-til-ansigt (hvoraf tre af dem foregik som et elektronisk video-møde), da det semistrukturerede interview tilfører nogle muligheder, som et fast skrevet interview ikke gør.

Det semistrukturerede interview er en fleksibel tilgang til interviewet. Den bygger på en interviewguide, men forskeren har mulighed for at afvige fra guiden, hvis de finder det nødvendigt og hensigtsmæssigt (Bryman, 2016, s. 468) – den fungerer altså som en guide og ikke en fast ramme for samtalen. Det semistrukturerede interview bør bygge på en viden indenfor området, hvorfor et kendskab til relevante teorier bør gå hånd i hånd med anvendelsen af interviewet – genstanden bestemmer altså metoden (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 42). Derfor bygger min interviewguide

(se bilag 8) også på de temaer, som jeg afkodede i mit litteraturreview. Min interviewguide består af to kolonner hvor første kolonne indeholder de føromtalte temaer og den anden kolonne indeholder mine interviewspørgsmål. Jeg har bygget den op således for at være sikker på at afdække de emner og temaer, som er relevante samtidig med at opnå dybdegående spørgsmål (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 47). Udgangspunktet har altså været at udforme spørgsmål til informanterne, som i sidste ende kan besvare min problemformulering (Bryman, 2016, s. 470). Interviewguiden vil være styrende i selve interviewet (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 44), men vil også kunne agere som en fleksibel tilgang til at spørge informanten om det, forskeren gerne vil vide (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 47; Bryman, 2016, s. 469). Samtidig giver den semistrukturerede tilgang mulighed for at informanterne kan tilføre deres egne synspunkter, så det hele ikke ses fra forskerens perspektiv (Bryman, 2016, s. 466). Hvilket i sidste ende vil ende ud i, at det er en samtale fremfor et interview.

Sampling

I mit speciale har jeg udvalgt små grupper af data som empiri. Til mine interviews har jeg udvalgt nogle informanter; til min dokumentanalyse har jeg udvalgt nogle dokumenter; og i min tekstanalyse af Strava har jeg udvalgt nogle affordances. Disse mindre grupper fungerer som et sample (stikprøve) ud af en større population (Seale, 2012, s. 135). Mit undersøgelsesdesign gør, at et repræsentativt sample for den samlede population ikke er målet (Seale, 2012, s. 144). Målet er derimod at pege på nogle sammenhænge og tendenser på tværs af mine egne oplevelser og mine informaners i forhold til brugen af Strava. Udgangspunktet for mit speciale handler derfor om aktive brugere af Strava, hvilket gør det umuligt at sample efter et variabelt og repræsentativt udsnit af befolkningen. Mine informanter er derimod udvalgt indenfor *formålssampling* (*non-probability sampling*), der er en strategisk måde at opnå svar på sine undersøgelsesspørgsmål (Seale, 2012, s. 144; Bryman, 2016, s. 408). Det betyder, at jeg har samlet mine informanter med min problemformulering for øje.

Samtidig har det dog også været nødvendigt at sætte kriterier for at kunne besvare min problemformulering (Bryman, 2016, s. 410). Jeg har blandt andet samlet efter variation i alder og køn, samt efter aktive brugere af appen. På mange måder er det almindelige og typiske brugere af Strava. Mine kriterier har været, at mine informanter skal være fysisk aktive på ugentlig basis og dermed

uploader aktiviteter på Strava tre-fire gange om ugen. Alle informanter er bosat på Sjælland, hvor den ene informant er tilflytter fra Portugal.

Den specifikke samplingstrategi, jeg har benyttet mig af er *netværkssampling* (Seale, 2012, s. 145). Mine samples er derfor fundet gennem mit eget netværk, hvilket kan være behjælpeligt i situationer, hvor en forsker skal finde de vigtigste mennesker indenfor et specifikt emne at tale med (Seale, 2012, s. 145). I mit tilfælde har det været hensigtsmæssigt, da jeg som beskrevet allerede selv er inde i netværket af Strava og ved hvordan appen kan bruges. Derfor har jeg også kunne række ud til mit netværk og få personlige anbefalinger til mennesker, som aktivt bruger appen. Udfordringen ved netværkssampling kan dog være at interviewe mennesker indenfor det samme netværk, hvilket betyder, at de måske kan have lignende oplevelser. En måde at undgå dette er dog ved at starte forskellige steder i et netværk, for at finde forskellige udgangspunkter (Seale, 2012, s. 145).

Præsentation af informanter

I det følgende vil jeg præsentere mine informanter med en kort beskrivelse af dem, deres demografi og hvilken del af mit netværk, de kommer fra.

R1: Viktor

Viktor er 29 år gammel og bosat på Østerbro. Viktor dyrker primært løb – både på motion- og konkurrenceplan, men han nyder også at cykle, når han har mulighed for det. Han er samlet gennem mit netværk via en ven af en ven.

R2: Isabella

Isabella er 27 år gammel og bosat i Sydhavn. Isabella løber og træner i øjeblikket op til maraton. Hun træner også for at lave en halv Ironman, hvilket betyder hun også svømmer og cykler. Isabella er en af mine medstuderende, og jeg kender hende derfor gennem Aalborg Universitet.

R3: Laura

Laura er 29 år gammel og bosat på Østerbro. Laura dyrker alle former for motion og sport – dog ikke boldsport. Hun træner op mod et maraton lige nu, og gennemførte sidste år en Ironman. Laura lever af at dele ud af sit liv på sociale medier som influencer, og har også startet en triatlon klub, der baserer sig på hendes eget aktive community, hvilket er den vej, jeg har skabt kontakt til Laura.

R4: Søren

Søren er 57 år gammel og bosat i Farum. Søren's primære sportsgren er cykling, som han dyrker ofte. Han holder dog også af at løbe og styrketræne. Da Søren var ung, dyrkede han løb på eliteplan. Søren er en ven af et familiemedlem, og er derfor samlet på baggrund af en anbefaling.

R5: Carolina

Carolina er 26 år og bosat på Frederiksberg. Carolina kommer fra Portugal og derfor interviewet på engelsk. Hun træner op mod et maraton og en halv Ironman lige nu. Carolina kender jeg gennem mit netværk i triatlon.

Multimodal tekstanalyse

Som præsenteret i mit teoriafsnit ønsker jeg at undersøge Stravas affordances. Dette vil jeg gøre ved at foretage en multimodal tekstanalyse, hvor jeg undersøger Stravas forskellige elementer. Jeg vælger at inddrage begrebet om multimodalitet, fordi Strava kombinerer mange forskellige former for kommunikation. Disse former for mangeartet kommunikation kan ifølge Gunther Kress og Theo van Leeuwen være med til at øge troværdigheden af den kommunikation, som bliver afsendt. Her taler de om tegn, der øger troværdigheden i visuel kommunikation og sætter i relation til strukturel magt, der definerer menneskets sociale liv (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 149). Modalitet refererer i dette tilfælde til "[...] the truth value or credibility of linguistically realized statements about the world, and it is realized that modality is not a question of absolute truth but a matter of 'as how true' a given statement is represented to be." (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 150).

Ydermere argumenterer de for, at modalitet er interpersonel, da det udtrykker delte sandheder frem for den absolutte sandhed (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 151). Eksempelvis har billedet som medie været kendt for at repræsentere sandhed (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 149). Men når det kommer til distinktionen mellem billedet og andre visuelle repræsentationer, som diagrammer, betyder det ikke, at de er mindre sande end billedet (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 153). Både tale, skrift, billeder, diagrammer og andre visuelle repræsentationer har forskellige måder at udtrykke deres sandhed på. De realiseres gennem forskellige affordances, men bygger på de samme principper og tilbyder dermed forskellige sandheder – og forskellig mening (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 154). Validitet udtrykkes gennem et samspil af visuelle signaler (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 159) samtidig med, at det også afhænger af kulturelle og historiske standarder af, hvad der er sandt

(Kress & van Leeuwen, 2021, s. 160). Disse forskellige signaler kan udtrykke hver sit, hvilket i sidste ende indikerer, at modalitet udtrykkes på flere måder, hvilket giver afsenderen flere muligheder for at udtrykke sandheden på (Kress & van Leeuwen, 2021, s. 171).

Dokumentanalyse

For at skabe kontekst i mit speciale vil jeg inddrage to rapporter fra Strava, *Year in Sport: The Trend Report 2023* (Strava, 2024a) og *Strava Year in Sport: The Trend Report 2024* (Strava, 2024b), der gennemgår trends på appen. Disse rapporter vil jeg behandle med dokumentanalyse, der er en evaluering af dokumenter (Lynggaard, 2020, s. 185). Dokumenter kan eksempelvis være rapporter, retslige tekster eller avisartikler (Lynggaard, 2020, s. 185), men generelt kan det siges at være "[...] sprog, som er fikseret i tekst og tid." (Lynggaard, 2020, s. 186). Ifølge Bryman vil dokumenter, der ikke er udformet til at blive analyseret, altid være en del af en række handlinger, som også kan være vigtige at undersøge, hvilket kræver analytiske- og fortolkningskompetencer. Dokumenter som disse, vil forblive det samme, lige meget om forskeren undersøger dem eller ej, hvilket betyder de er fastholdt i det samme format (Bryman, 2016, s. 546).

Dokumentanalyse er en metode, som ofte ses kombineret med andre metoder som interview (Lynggaard, 2020, s. 185), hvilket jeg også gør i mit speciale. Og ligesom interviewene hjælper med at besvare min problemformulering, skal dokumentanalysen gøre det samme. Når man beslutter hvilke dokumenter man analyserer, bør man indtænke tidsperioden, som en faktor (Lynggaard, 2020, s. 189). De to rapporter, jeg vil inddrage, dækker som nævnt 2023 og 2024. Det er de seneste to års rapporter og er et udtryk for den tid, vi lever i lige nu. Dette vil især blive vigtigt, når jeg analytisk skal sætte min data i henhold til medialisering. Dokumenterne fungerer som sekundære data, hvilket betyder, jeg ikke selv har indsamlet dataene (Bryman, 2016, s. 309). Gennem disse dokumenter får jeg adgang til en mængde af kvantitative data, som jeg ikke selv ville kunne indsamle. I så fald ville jeg metodisk have gået på kompromis med kvalitet (Bryman, 2016, s. 310).

Databehandling

I mit speciale laver jeg en række oversættelser, som Brinkmann og Tanggaard kalder det. Først bør man oversætte sine forskningsspørgsmål til interviewspørgsmål, hvilket jeg gjorde i min inter-

viewguide. Herefter skal den mundtlige samtale (interviewet) oversættes til en skriftlig transskription. Dernæst skal den skriftlige transskription oversættes til et læsbart og brugbart produkt (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 50). De to sidstnævnte processer vil jeg udføre gennem transskription og kodning. Min transskription har jeg foretaget gennem et transskriptionsprogram, hvorefter jeg har gennemlyttet den og tilrettet der, hvor programmet ikke var fuldstændigt. Målet med denne slags transskription har været at fastholde meningsindholdet i det sagte (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 51). Efter transskription, har det været nødvendigt at oversætte til et brugbart produkt, hvilket jeg har gjort gennem flere stadier af kodning i den indholds fokuserede analysemetode.

Den indholds fokuserede analysemetode

Gennem kodningens faser reducerer man større tekstsegmenter til meningsenheder (Kvale & Brinkmann, 2015 i Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 55). Den indholds fokuserede analysemetode fokuserer på hvad der bliver sagt, og ikke hvordan det siges (Kjærbeck, 2014, s. 162). Det gør den oplagt at benytte som behandlingsmetode af interviews, da det er en metode, der fokuserer på informanternes livsverden.

Indholdsanalysen har tre trin: kodning, kondensering og fortolkning af mening (Kvale & Brinkmann, 2009 i Kjærbeck, 2014, s. 163). Metoden har til formål at fokusere og reducere kompleksiteten af indholdet uden det væsentligste går tabt (Kjærbeck, 2014, s. 163). En anden måde at se denne slags analyse på er ved begreberne vertikal analyse, horisontal analyse og teoretisk analyse (Gaudet & Robert, 2018, s. 140). Ifølge Gaudet og Robert kan en analyse af originalt materiale blive "[...] enriched through layers of readings and rewrites of memos, categories, themes, codes, narratives and field notes during the labor of analysing qualitative data." (Gaudet & Robert, 2018, s. 139). Analysen starter med den vertikale behandling af råmaterialet (transskription), hvor forskeren ser på materialet i sin helhed. Gaudet og Robert argumenter også for, at råmaterialet allerede bygger på tidligere lag af mening genereret gennem teoretisk viden opnået gennem eksempelvis et litteraturreview (Gaudet & Robert, 2018, s. 140), som eksemplificeret i min interviewguide (se bilag 8). Ifølge Kjærbeck vil den første del af analysen, kodningen, indebære korte beskrivelser, der definerer den handling, der undersøges – det betyder den indokserer materialet og leder frem til næste del af analysen (Kjærbeck, 2014, s. 164). På samme måde mener Gaudet & Robert, at den vertikale

analysedel danner grobund for henholdsvis den horisontale og teoretiske analyse, som er afhængige af de vertikale kodninger (Gaudet & Robert, 2018, s. 140).

Den anden del, som Gaudet og Robert kalder for horisontal analyse vil sammenligne forskellige kilder af information med hinanden (Gaudet & Robert, 2018, s. 140). Kjærbeck definerer denne del som meningskondensering og ifølge hende indebærer den, at materialet koges ned til et overskueligt produkt. Ydermere, vil informanternes meninger sættes i relation til hinanden og kategoriseres (Kjærbeck, 2014, s. 164).

Til sidst vil man ifølge Gaudet og Robert gennem den teoretiske analyse give mulighed for at besvare sit analysespørgsmål (Gaudet & Robert, 2018, s. 140). Dette vil være med udgangspunkt i teorien og foregår som en fortolkning af mening. Her finder man altså sammenhænge udover det skrevne og sagte indhold (Kjærbeck, 2014, s. 164). Denne del vil også allerede været indvirket af mit teoretiske ståsted fra både teori og litteraturreview. Derfor vil en del af kodningerne også indeholde begreber fra teorien. Dette er en måde at integrere teorien i empirien og påbegynde det analytiske afsnit.

Både Gaudet og Robert samt Kjærbecks tilgange kan ses som henholdsvis vertikale og horisontale processer, da den første analysedel behandler det enkelte interview i sin egen helhed oppefra og ned – altså en vertikal proces. Den anden analysedel behandler alle interviews på tværs af hinanden – altså en horisontal proces. Derfor vælger jeg at benytte mig af Gaudet og Roberts begreber, men med elementer fra Kjærbecks udlægning af tilgangene. Mine vertikale analyser af interviewene, kan tilgås i bilag 2, 3, 4, 5 og 6, hvor den venstre kolonne indeholder en kodningskategori og den højre kolonne indeholder citater fra informanten. I bilag 7 kan en vertikal analyse af min autoetnografiske empiri tilgås. I bilag 17 kan den horisontale analyse tilgås. Her har jeg også tilknyttet bemærkninger for at skabe gennemsigtighed.

Videnskabsteoretiske overvejelser

Mit speciale baserer sig som beskrevet på en kombination af empiri, som er autoetnografi, interviews og rapporter fra Strava, hvilket giver mig mulighed for at forstå hvordan mine informanter interagerer med Strava, oplever appen og benytter sig af appen. Jeg finder det vigtigt at reflektere over kvaliteten i mit undersøgelsesdesign, da den kvalitative tilgang generelt har været kritiseret for

at for subjektiv og svær at replikere (Bryman, 2016, s. 398) samt have en manglende transparens (Bryman, 2016, s. 399).

Flere har forsøgt at opstille en række kriterier for, hvordan et kvalitativt studie opnår kvalitet, heriblandt Brinkmann og Tanggaard. De gør dog samtidig opmærksom på, "[...] at det er svært at blive enige om fællesstandarder" (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 657), med argumentet om, at kvalitative studier kan være meget forskellige. Her advokerer Brinkmann og Tanggaard dog for, at der i hvert fald skal være gennemsigtighed i det pågældende kvalitative studie, og det skal være muligt at kigge forskeren over skulderen, således modtageren kan forholde sig kritisk overfor det, de læser (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 660). Samtidig bør forskeren selv stille spørgsmål til sin egen undersøgelse før, under og efter denne (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 664). En måde at sikre kvalitet på er ved at benytte sig af en kvalitativ forståelse af reliabilitet og validitet, som Bryman uddyber med afsæt i LeCompte og Goetz, der taler om henholdsvis intern og ekstern reliabilitet samt validitet (Bryman, 2016, s. 383).

Intern reliabilitet i mit speciale handler om, hvordan de metoder, jeg har anvendt til at indsamle og analysere data, giver mulighed for konsistens (Bryman, 2016, s. 384). For at sikre intern reliabilitet, har jeg været transparent om mine metodiske valg og fortolkningsrammer, hvilket hjælper med at opnå konsistens i fortolkningen af dataene. Eksempelvis når jeg analyserer, sikrer jeg mig, at de mønstre, der fremkommer, er repræsentative for min empiri.

Ekstern reliabilitet i mit speciale refererer til, hvordan de metoder, jeg bruger, kan anvendes i andre kontekster, og hvordan mine resultater kan anvendes i andre lignende studier. Generelt set kan det være svært at replikere kvalitative studier, da sociale kontekster ikke kan fastfryses (Bryman, 2016, s. 383). Dog søger jeg at være gennemsigtig i specialet hvorfor den metodiske tilgang bør være mulig at replikere.

Intern validitet i mit speciale handler om, hvordan de konklusioner, jeg drager, afspejler de oplevelser og den sociale virkelighed, som mine informanter og jeg selv beskriver. Der argumenteres for, at dette er en styrke i kvalitative studier, da deltagelsen i en social kontekst tillader forskeren at drage sammenhænge mellem koncepter og observationer (Bryman, 2016, s. 384).

Ekstern validitet i mit studie handler om, hvorvidt undersøgelsens resultater kan generaliseres til en større population og andre kontekster, der ligner den, jeg undersøger (Bryman, 2016, s. 42; s. 384). Her ser jeg på, hvordan de sociale processer og tendenser, jeg har identificeret i mit studie, kan bru-

ges til at forstå større, teoretiske fænomener som medialisering og selvpræsentation. Jeg erkender, at mit speciale ikke sigter mod at generalisere til en bredere population, men jeg sigter mod at udelede indsigter og pege på mønstre i dataene, hvilket kaldes for analytisk repræsentativitet (Kjærbeck, 2014, s. 161). Samtidig taler Bryman om analytisk generalisering (*analytical generalization*), der beskriver den måde, kvalitative studier ikke generaliserer sig til populationen, men generaliserer sig til teori (Bryman, 2016, s. 399). Disse to tilgange giver mig mulighed for at relatere mine fund til bredere teoretiske rammer, uden at de skal generaliseres til en større population.

Mine empiriske tilgange (autoetnografi, interview og dokumentanalyse) udgør alle essentielle dele af i mit speciale, og det er derfor vigtigt at reflektere over, hvordan jeg både er en del af den sociale virkelighed, der undersøges, og samtidig en observatør af den. Den autoetnografiske del betyder, at jeg ikke bare er en neutral observatør, men en aktiv deltager i det, som jeg undersøger. Dette kræver, at jeg reflekterer over, hvordan mine egne erfaringer, som Strava-bruger, præger både min dataindsamling og datafortolkning. I videnskabsteoretiske termer betyder det at mit speciale trækker på en hermeneutisk og socialkonstruktivistisk position.

Hermeneutik

Hermeneutikken er kendt som en videnskabsteoretisk retning, hvor fortolkning af mening er omdrejningspunktet (Pahuus, 2014, s. 225). Ordet hermeneutik stammer fra græsk og betyder netop fortolkning. Retningen opstod allerede i 1600-tallet, hvor den først blev anvendt som metode til at fortolke tekster (Pahuus, 2014, s. 227).

En grundlæggende metode i hermeneutikken er den hermeneutiske cirkel – en cirkulær bevægelse, hvor forståelsen udvikles ved at bevæge sig mellem del og helhed (Pahuus, 2014, s. 231). Man går altså fra konkrete udsagn i teksten til en forståelse af helheden, og omvendt. I mit speciale bruger jeg denne tilgang til at fortolke både egne og informanternes oplevelser på Strava. Jeg bevæger mig fra de konkrete udsagn i interviews, observationer og rapporter og reflekterer over dem i lyset af teoretiske perspektiver på medialisering og teknologi.

Når man taler om mening i hermeneutikken, er det vigtigt at forstå, at meningen ikke kun ligger ét sted. Fortolkning kan ses som todelt, idet mening både findes i selve situationen og i den kontekst, handlingen foregår i (Pahuus, 2014, s. 231). Det betyder, at i mit speciale findes meningen dels i de erfaringer, informanterne deler, og dels i deres levede kontekst – eksempelvis deres livssituation og

baggrund. Hertil kommer mit eget blik som forsker og deltager. Jeg anerkender, at mine egne erfaringer som Strava-bruger har potentiale til at påvirke min fortolkning. Jeg forsøger dog bevidst at skelne mellem mine personlige oplevelser og den empiri, jeg indsamler fra informanterne. Samtidig anvender jeg den samme hermeneutiske tilgang til at analysere mine egne observationer og refleksioner.

Denne dobbelthed i fortolkningen uddybes yderligere hos Hans-Georg Gadamer, som videreudvikler hermeneutikken i det, han kalder filosofisk hermeneutik – en i dag anerkendt gren af feltet (Schmidt, 2014, s. 92). Ifølge Gadamer forstår man andre, og deres måde at se verden på, ud fra den måde, man selv forstår sin egen måde at se verden på, hvilket dermed er et udtryk for den måde hvordan man forstår sig på sig selv (Pahuus, 2014, s. 237). Med andre ord: Vi tolker andres perspektiver gennem vores egne briller, og det siger samtidig noget om, hvem vi selv er. Dette kalder Gadamer for en forståelseshorisont, der dækker over de forudsætninger og erfaringer, man bringer med ind i fortolkningen. Forståelsen er derfor noget man lever med i mødet med verden. Det betyder også, at en tekst altid bærer på et anliggende fra afsenderen, og at fortolkning kræver, at modtageren forstår dette anliggende (Pahuus, 2014, s. 238).

I forlængelse heraf bliver begrebet *forforståelse* centralt. Forforståelse henviser til alt det, forskeren allerede ved eller tror, bevidst eller ubevidst, når en tekst eller situation mødes (Pahuus, 2014, s. 237). Det kan være tidligere erfaringer, kulturelle værdier, begrebsapparat og sprogforståelse (Schmidt, 2014, s. 96) – kort sagt de briller, vi ser verden igennem. Forforståelsen er ikke noget, man kan sætte til side, men noget, man bør blive bevidst om og arbejde refleksivt med som del af den hermeneutiske proces.

Socialkonstruktivisme

Samtidig med at jeg anvender hermeneutikken til at forstå og skabe mening i informanternes oplevelser, anlægger jeg også et socialkonstruktivistisk blik på specialet. Det skyldes, at den virkelighed, der træder frem i specialet, ikke blot skal forstås som refleksiv, men også som *socialt konstrueret* (Esmark et al., 2005, s. 16). Hvor meningen i hermeneutikken findes i subjektets egne refleksioner og fortolkninger, tager socialkonstruktivismen afsæt i den sociale virkelighed, der opstår i relationerne mellem subjekter – og mellem subjekter og objekter. Her eksisterer objekter eller sub-

jekter som meningsløse, hvor meningen opstår i selve relationen mellem dem (Esmark et al., 2005, s. 17).

Det betyder, at den virkelighed, som udfoldes i specialet, ikke blot opstår i samtalen mellem mig og mine informanter, men også i de praksisser, vi udøver – specifikt brugen af Strava. Vores fortællinger og refleksioner er allerede medkonstruerede gennem platformen, og når vi taler om disse erfaringer, bliver virkeligheden yderligere formet i det sproglige møde. På den måde bliver både erfaringerne og samtalen om dem dele af en større konstruktion.

Socialkonstruktivismen tvinger os dermed til at forholde os kritisk til de forståelser og kategorier, vi normalt tager for givet. Som et eksempel fremhæver Vivien Burr musik, hvor genreinddelinger som klassisk og pop ikke er naturgivne, men sociale konstruktioner. Hun peger på, at vi med en socialkonstruktivistisk tilgang bør spørge, *hvorfor* netop disse distinktioner findes – og *hvordan* de er blevet etableret (Burr, 1995, s. 3). I mit speciale tager jeg denne kritiske tilgang med videre til spørgsmålet om, hvordan individets interaktion med teknologi og data på Strava er med til at konstruere forståelsen af træningspraksis.

Afslutningsvis hævder socialkonstruktivismen, at vores viden om verden ikke er noget, vi finder i naturen eller i objektive fakta, men noget, der bliver formet i sociale sammenhænge. De kategorier og opfattelser, vi bruger til at navigere verden med, er ikke faste, men historisk betingede, og kan dermed ændre sig over tid. Dermed bliver viden en delt og kontekstuel størrelse, som altid er under forhandling mellem mennesker (Burr, 1995, s. 4).

Analyse

Følgende analyse tager udgangspunkt i en induktiv tilgang hvilket vil sige, jeg går fra empiri til teori. Jeg bevæger mig derfor fra min konkrete data til overordnede mønstre. Med min analyse ønsker jeg at besvare min problemformulering: Hvordan bidrager træningsappen Stravas teknologiske affordances til medialiseringen af træningspraksis, og hvordan påvirker det brugernes interaktioner, adfærd og oplevelse af motivation og selvopfattelse?

Det vil jeg gøre gennem ti tematiske dele, der hver omhandler en forskellige tematik hvortil jeg vil inddrage den empiri, som belyser tematikken. Jeg vil starte med en overordnet introduktion og tekstanalyse af Strava ved at inddrage billeder fra appens interface. Dernæst vil jeg belyse tre forskellige temaer om interaktion på Strava. Jeg vil derefter, i de næste fem dele, analysere Stravas af-

fordances. Den sidste og tiende del vil adskille sig fra de andre og basere sig på autoetnografien gennem et afmedialiseringseksperiment.

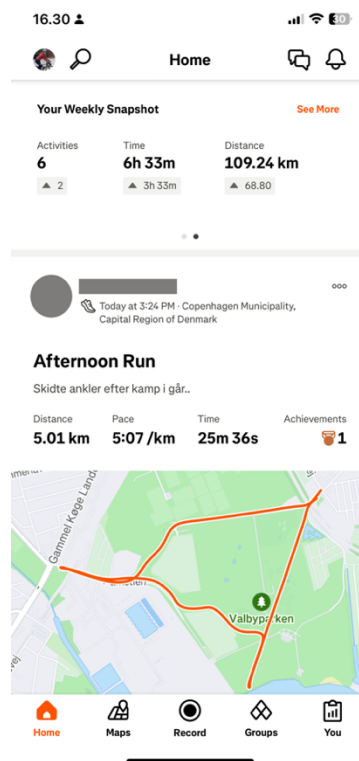
Del 1: Introduktion til Strava og dets interface

Strava er en træningsplatform, hvor motionister – eller atleter, som Strava kalder det – kan dele deres træning med hinanden. Platformen er en global platform med over 150 millioner brugere fordelt over 185 forskellige lande. På appen er der delt mere end 12 milliarder forskellige aktiviteter svarende til 51 millioner aktiviteter hver uge. Ydermere er der delt det, som svarer til 12 millioner billeder og videoer hver uge, og i 2024 blev der givet 12 milliarder kudos (likes) (Strava, u.å.). Strava har både en gratis version og en premium version, hvor brugerne betaler et beløb for at have adgang til flere funktioner. Ud af mine i alt fem informanter, er det kun min informant Isabella, der ikke betaler for premium versionen. Strava har etableret sig som en ledende app på markedet af træningsapps, men er dog ikke nødvendigvis en app, der appellerer til det bredeste træningspublikum, da mange af de funktioner, som appen har, er designet til brug i udholdenhedssport såsom cykling og løb. Endvidere er det udelukkende en online platform, der baserer sig på software, og er således ikke en app, der producerer hardware eller træningsplaner. Der, hvor Strava adskiller sig, er den måde appen formår at formidle data til brugeren, hvilket jeg løbende vil vende tilbage til i løbet af analysen.

Strava fungerer på den måde, at når en bruger træner, kan de dele aktiviteten på platformen. Denne funktion sker enten automatisk gennem tredjeparter som sportsure, cykelcomputere, spinningcykler eller gennem appen selv. Hvis brugeren har benyttet GPS-teknologi, vil Strava producere et kort, over hvor brugeren har været samt inddrage andre data, der er blevet gemt gennem tredjeparten. Hvis ikke brugeren har benyttet sig af GPS-teknologi, vil brugerens træning ikke indeholde et kort, men alle andre datapunkter såsom puls og træningstid. Strava uploader automatisk aktiviteten, hvilket kræver, at brugeren har givet adgang mellem sine teknologiske enheder. Når aktiviteten er delt på Strava, har andre brugere mulighed for at interagere med aktiviteten på flere måder.

Strava er bygget op af fem hovedsider, som er placeret i en bjælke i bunden af skærmen (se figur 1). Jeg vil i denne del af analysen berøre ”Home” og ”You”-siderne. Siderne ”Maps”, ”Record” og ”Groups” afholder jeg mig fra at beskrive, da 1) mit speciale er afgrænset fra de lukkede grupper og

netværk, der findes på Strava, og 2) fordi mine informanter ikke benytter sig af siderne i deres daglige brug.



Figur 1 – Strava Home

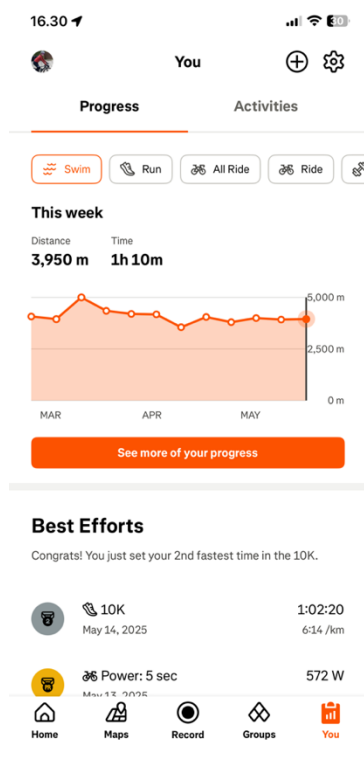
Den ovenstående figur 1 er et eksempel på hvordan min "Home" side kan se ud. "Home" fungerer også som brugerens hjemmeskærm, hvor brugeren bliver eksponeret for sit eget "Weekly snapshot" (den øverste bjælke), samt aktiviteter fra de personer, som de følger på Strava. Her havde, en af dem jeg følger på Strava, løbet en tur på fem kilometer på lidt over 25 minutter. Brugeren er udvalgt tilfældigt og er derfor anonymiseret. Aktiviteten har en titel og en beskrivelse – to elementer som jeg vender tilbage til senere.

Jeg vil kort vende tilbage til "Weekly snapshot", da dette er en måde for brugeren at have et overblik over hvor meget, hvor længe og hvor langt, de har trænet i den pågældende uge. I dette tilfælde (figur 1) havde jeg sammenlagt trænet seks gange i alt svarende til 6,5 timer og 109 km. Strava laver en sammenligning med ugen forinden, hvor pilene under tallene kan pege enten op eller ned, alt efter om ens statistik er højere eller lavere. I figuren ses det, at jeg i denne uge havde trænet to gange mere end ugen forinden. Det svarede også til 3,5 timer og 68 kilometer mere. Min informant Carolina benytter sig af denne "Weekly Snapshot"-funktion hver dag (Bilag 11, l. 90) og uddyber det således:

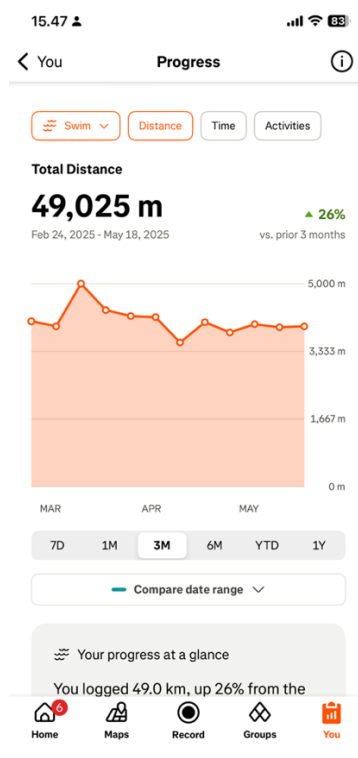
“[...] if there's a really good week of workouts, I know that my weekly snapshot is going to be really good compared to last week. But then if there's a bad one, I know that the following week will be really good without much effort.” (Bilag 11, l. 436-439).

Her faciliterer Strava altså en sammenligning mellem brugerens egne aktiviteter i forskellige uger. Det bliver tydeligt, hvornår brugeren har trænet mere eller mindre, og det har både sine fordele og ulemper, da det kan irritere Carolina, hvis hun er bagud, men samtidig også give hende overskud, hvis hun er i plus. Det kan også give overskud for hende at vide, at selv hvis den uge hun befinder sig i, er ”dårlig”, vil ugen efter hurtigt og nemt se bedre ud. Dette er en måde hvor Strava indlejrer et optimeringsorienteret syn på træning i brugerens hverdag, hvor træning konstant bliver noget som kan kvantificeres, optimeres og forbedres. Træning er altså ikke længere ”bare” en interesse, men et element for optimering.

Siden ”You”, i den nederste bjælke på skærmen, handler om alt, der har med brugerens egne aktiviteter at gøre. Siden er delt op i ”Progress” og ”Activities”. Under progress (se figur 2) kan brugeren se et overblik over sin fremgang. I dette tilfælde viser Strava mine svømmedata fra de sidste tre måneder. Jeg kan dog skifte rundt mellem aktiviteter for at se, hvordan min fremgang ser ud på andre sportsgrene (eksempelvis løb og cykling). Midt på siden står der ”See more of your progress”. Med denne funktion kommer brugeren ind på siden som vist i figurerne 3 og 4.



Figur 2 – You/Progress 1



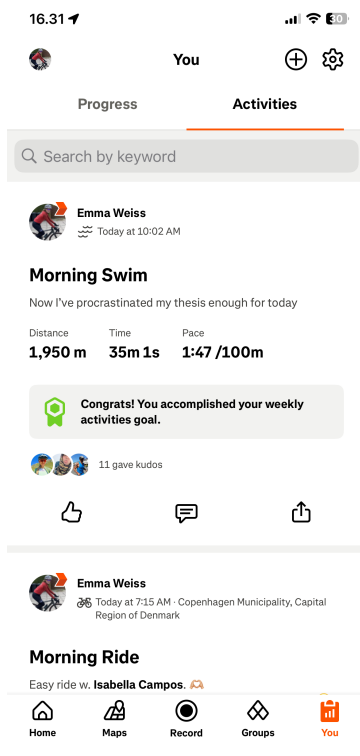
Figur 3 – You/Progress 2



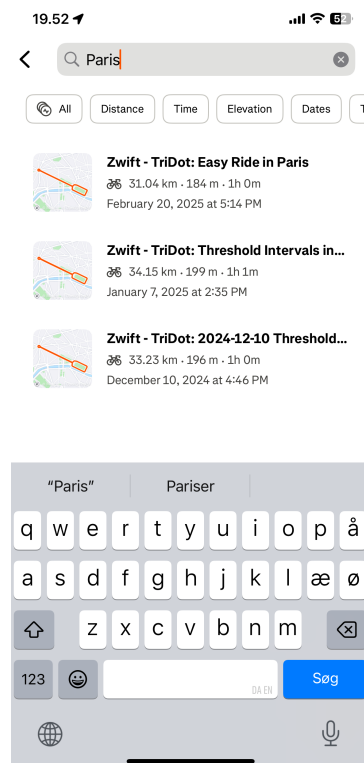
Figur 4 – You/Progress 3

Her kan brugeren se sine data over et given stykke tid. Her har jeg to forskellige eksempler for at vise, at brugeren kan selekttere mellem sportsgrene. Brugeren kan enten se på den enkelte sportsgren (figur 3), men kan også se et samlet overblik over alle sportsgrene (figur 4). Denne funktion er ikke nødvendigvis brugbar for alle brugere, da nogen måske kun dyrker en enkelt form for sport, men for personer, der dyrker flere sportsgrene, kan det være en god hjælp til at holde et overblik over træningen. Desuden kan brugerne også vælge mellem forskellige måleenheder. Eksempelvis kan de se på antal aktiviteter, distance eller tid. Dette giver altså brugeren forskellige muligheder. Nogle vil måske kigge efter antal af gange, de træner. Men i sportsgrene som cykling og løb vil de fleste nok måle på distance. Andre foretrækker måske at se på den tid, som de har brugt. Brugeren har også mulighed for at vælge mellem hvilken tidsperiode de vil se på. Her kan de vælge fra de sidste syv dage op til et helt år. Her har de så endelig mulighed for at sammenligne den periode, de befinder sig i på det pågældende tidspunkt, med en tidsperiode inden.

I den anden side under "You", som er "Activitites", kan brugeren se et overblik over sine aktiviteter (se figur 5).



Figur 5 – Activities



Figur 6 – Activities søgefunktion

Her kan brugeren scrolle gennem sine aktiviteter helt frem til den første aktivitet. Derudover kan brugeren også søge i sine aktiviteter. Her eksemplificeret i figur 6 ved at søge på "Paris". Her dukker alle mine aktiviteter op, som har ordet i titlen eller beskrivelsen på aktiviteten. Dette kan være hensigtsmæssigt, hvis man gerne vil genbesøge en specifik aktivitet med et specifikt ord i titel eller beskrivelse.

Del 2: Interaktion mellem brugerne

Strava tilbyder to primære former for interaktionsmuligheder mellem brugerne, som er kudos og kommentering. Kudos betyder ifølge Merriam Webster ordbogen "Praise given for achievement" (Merriam-Webster Dictionary, u.å.). Ifølge Strava betyder det "[...] kudos are a quick thumbs-up you can give to your fellow athletes to congratulate them on a noteworthy activity, achievement, post, badge, or challenge milestone." (Strava, 2023). Kudos er altså en form for ros, brugerne kan give til hinanden på deres sportsaktiviteter, som er symboliseret gennem en tommel-op. I begge beskrivelser af kudos indgår der ord som præstation, noteværdig aktivitet og milepæl. Det er ord, som på en og samme tid indikerer, at kudos gives for noget særligt. Denne tommel-op kan altså ses som

en semiotisk funktion, der er en måde Strava simplificerer budskabet om anerkendelse på (Schulz, 2004). Og selvom selve betydningen af ordet indikerer, man skal have opnået noget særligt, er flere af mine informanter enige om, at kudos giver man til alle. Isabella beskriver det således: ”Jeg giver tit andre kudos. Og det er lige meget om det så er en lang eller kort distance, eller hvad det er.” (Bilag 12, l. 135-137). Carolina er enig og beskriver det sådan her: ”If you're my friend [...] I will probably give you kudos on every single thing.” (Bilag 11, l. 161-164). Også Laura erklærer sig enig i denne holdning: ”Så hvis jeg ruller ned over, så liker jeg stort set det hele. Og det synes jeg, man skal. Det er jo det, platformen er til for.” (l. 256-258). Laura beskriver det ydermere som en form for ”high five” (Bilag 15, l. 225) og Isabella giver kudos ”[...] for at kunne give noget cadeau til nogle andre, når de har lavet en eller anden bedrift.” (Bilag 12, l. 57-58).

Både Isabella, Laura og Carolina giver kudos til alle deres venner, og sætter umiddelbart ingen krav til hvilken præstation, der udløser et kudos fra dem. Min informant Viktor deler samme holdning til, at mange giver hinanden kudos uden krav, og beskriver det med vendingen, at der er ”gået inflation” i dem (Bilag 13, l. 130). Han beskriver det ved: ”Kudos er blevet sådan en automatreaktion, [...] som man giver til bare ens bedste venner og sådan nogle ting. Og ikke altid, nødvendigvis på baggrund af fortjeneste, [...]” (Bilag 13, l. 97-101). Viktors beskrivelse hænger dog ikke sammen med det, som han selv oplever på Strava. Han fortæller nemlig, at han føler, han skal gøre sig fortjent til dem: ”Det kan jeg tydeligt mærke på de kudos, jeg modtager. Der skal man kvalificere sig til at få et like, kan man godt mærke i nogens bog.” (Bilag, 13, l. 125-126).

Viktors betragtninger indikerer, at der eksisterer fællesskaber på Strava, hvor selve sportspræstationen skal være af en vis grad, før der bliver givet kudos. Og Viktor er måske selv en del af den kultur og beskriver det ved, at der eksisterer en ”tærskel” for hvornår, han giver kudos (Bilag 13, l. 124). Viktors virkelighed lægger umiddelbart langt væk fra det, som Isabella og Carolina skriver. Deres livsverdener er forskellige, og det bevidner om, at de fællesskaber, der eksisterer på Strava, er bygget på de individer, som deltager i samtalen.

Min informant Søren, lægger måske et sted mellem de to verdener. For ifølge ham, følger der en form for forpligtelse med for at give kudos, når man følger nogen på Strava: ”[...] man giver kudos, når man har lavet noget, og man giver også kudos til de andre. Så man er sådan lidt forpligtet.” (Bilag 14, l. 139-141). Hans ageren på Strava bygger på en form for forpligtelse, som han føler overfor de individer, han lukker ind i sit Strava fællesskab (Bilag 14, l. 205). Det peger på, at der eksisterer en norm for gensidighed på mediet, som ikke kun bygger på en anerkendelse af præsta-

tion, men som også bygger på socialt tilhørsforhold og identitet blandt brugerne. Dog, hersker der ifølge Søren også en ide om, at det skal være ”en ordentlig aktivitet” (Bilag 14, l. 165) før han giver kudos. Mit empirigrundlag bevidner derfor om et mønster, hvor mine kvindelige informanter har større tendens til at give kudos, ligegyldigt hvilken slags aktivitet det er, hvor mine mandlige informanter fremhæver, at aktiviteten skal være af en specifik størrelse førend, der gives kudos. Handlingen kudos, kan ydermere ses som en form for anerkendelse for ikke kun præstation, men for socialt tilhørsforhold.

Alle mine informanter er dog enige om, at når de benytter kommenteringsfunktionen, så betyder det noget ekstra. Søren siger eksempelvis ”[...] hvis jeg går ind og kommenterer, så er det fordi, at jeg synes, at det er lidt outstanding, eller at folk har lavet noget, hvor man godt kan se, at det er sgu egentlig meget godt.” (Bilag 14, l. 141-144). Også Viktor har det på denne måde, og siger ”Hvis der er nogen, der virkelig har lavet noget, så kan jeg godt lide at kommentere på det og anerkende det.” (Bilag 13, l. 97-101). Ifølge Carolina kommenterer hun, når hun har noget at sige til enten den sportslige præstation eller indholdet dertil (Bilag 11, l. 167-171). Isabella benytter sig ikke så meget af at kommentere, og for hende handler det også mere om relationen til den, man kommenterer hos, end selve det at kommentere: ”[...] Hvis jeg kender folk godt nok, så kommenterer jeg på det.” (Bilag 12, l. 148).

Ligesom Isabella, benytter Laura sig heller ikke rigtig af at kommentere. Hun siger, at hun ikke synes det er en kommenteringsplatform. Men dét, der kan få hende til at kommentere, er den gode historie ”Om det så er, at der er skrevet en lille underbesked, eller der er lagt et flot billede op til den, eller der er ligesom en historie, der bliver fortalt, så kunne jeg godt finde på at kommentere.” (Bilag 15, l. 221-224). For Laura har det derfor ikke nødvendigvis noget med den sportslige præstation at gøre, om hun kommenterer eller ej. For hende handler det om det samlede opslag på Strava hvor beskrivelse, billeder og træning hænger sammen.

Viktor har også nogle betragtninger, som skiller sig ud fra de andre informanternes, når det kommer til kommentarfeltet. Han siger ”[...] hvor det bare er sådan lidt gak og løjer i forhold til kommentarfeltet. [...] Det er også, det er en sjov måde at trolle folk på.” (Bilag 13, l. 101-104). Her beskriver Viktor, at ham og hans venner har en særlig måde at interagere med hinanden på, blandt andet gennem at trolle (at provokere for at fremme en bestemt dagsorden). Han uddyber det ved at sige ”Og det [...] er jo ret fedt, fordi det vil vi aldrig gøre på Instagram [...]. Det er ligesom sådan en boble, hvor jeg føler, at der er nogle andre etiketter i forhold til, hvad man kan slippe af sted med.” (Bilag

13, l. 106-108). For Viktor er Strava altså et anderledes rum, end andre sociale medier er. Her kan han lave sjov med sine venner, samtidig med konsekvenserne ikke er særlig store, fordi der er andre interne regler på Strava end på andre platforme. Viktor beskriver det som et positivt element og bruger også ordet ”fantasiverden” om Strava (Bilag 13, l. 113). Det, Viktor beretter om, kan ses som en måde hvor Strava *substituerer* (Schulz, 2004) Viktor og hans venners måde at lave sjov med hinanden på offline. Det foregår ikke længere i hinandens fysiske nærvær – i hvert fald ikke kun. Og det er kun Strava, der tilbyder denne form for substitution online, da andre medier har etiketter, der ikke tillader dette ifølge Viktor. Det bevidner også om, at der eksisterer andre sociale koder på Strava, der er forskellige alt efter hvilken gruppe, du er en del af.

Del 3: Beskrivelsesfeltet som samtalestarter

I det følgende inddrager jeg mine egne autoetnografiske betragtninger, hvor jeg bruger dem som en ressource til at få nærhed til feltet, men hvor jeg samtidig forholder mig refleksivt til dem, som beskrevet i mit metodiske afsnit ved Baarts (2020). Jeg vil bruge dem til at beskrive en tredje funktion, hvor Strava tilbyder interaktion mellem brugerne, som er funktionen hvor brugerne kan lave en beskrivelse til deres egen træning. Jeg vil desuden supplere med citater fra mine informanter. I mine autoetnografiske betragtninger skriver jeg selv følgende:

”[...] jeg har nogle stykker (red. venner), og det er nogle, jeg blandt andet træner sammen med til den her halve Ironman. Så derfor skriver jeg på engelsk for at ligesom kunne, hvad hedder det, altså have dem med i samtalen, eller hvad man kan sige, for jeg elsker at følge med i deres. Og de skriver på engelsk, hvis de skriver på spansk, eller finsk, eller hvor de nu er fra, så ved jeg jo heller ikke, hvad de skriver. Så derfor er jeg begyndt at skrive på engelsk.” (Bilag 16, l. 48-53).

I det ovenstående citat fortæller jeg om, hvorfor jeg skriver på engelsk, hvor mine betragtninger kan ses som et udtryk for, at jeg gerne vil inkludere så mange mennesker som muligt i samtalen på Strava. Denne betragtning var også katalysator for en del af den samtale, jeg havde med min informant Carolina. Hun siger: ”[...] I do try to mainly post in English because at this point I think probably I have like half half like people from Denmark and then people from Portugal. So yeah, not to exclude anyone.” (Bilag 11, l. 275-280). Carolina og jeg benytter os altså begge to af at skrive på engelsk selvom vores modersmål er et andet. Behovet for at skrive på engelsk peger på, at trænings-

praksis er blevet et globalt og kulturelt fænomen, hvor vigtigheden for inklusion er stor. Det indikerer, at træning er med til at skabe en form for fællesskab på tværs af kulturer og landegrænser. Carolina siger dog, at hun nogle gange deler på Portugisisk "Because some things, they just sound better in your mother language." (Bilag 11, l. 276), hvilket jeg også selv gør, eksempelvis i det nedstående eksempel.

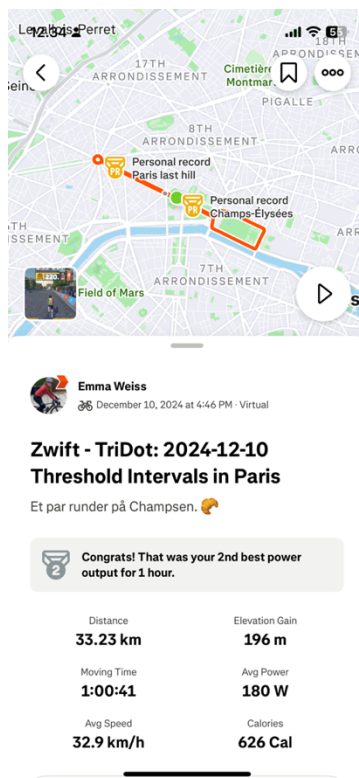
Jeg bruger nemlig også beskrivelsesfeltet som en form for samtalestarter, hvilket kommer til udtryk i følgende citat:

"Så jeg valgte en rute på Champs-Élysées i Paris (red. på Zwift). Og det har så resultatet i, at jeg på min Strava, [...] har skrevet "et par runder på Champsen", og så har jeg lavet en croissant emoji. Og det gjorde jeg egentlig, fordi jeg ved, at jeg har mange følgere/venner på Strava, som godt kan lide Tour de France, som mig selv. Så det var for at lave sådan en lille sjov intern joke." (Bilag 16, l. 236-240).

Aktiviteten, jeg refererer til inklusive beskrivelsen, kan ses i figur 7. Det er et eksempel på, hvordan sportsmedialisering bliver en del af min træningspraksis. Her spiller mit kendskab og interesse for Tour de France ind samt teknologi, virtualitet og Strava. Allerede ved valget af den virtuelle rute på Zwift af Champs-Élysées, havde mit kendskab og interesse til Tour de France, indvirkning på min træning, da jeg laver en sammenkobling mellem en gade i Paris med Tour de France. Det kan jeg fordi, jeg igennem flere år er blevet eksponeret for cykelløbet gennem medierne og opbygget en viden og interesse om cykelløbet. For at kunne lave denne sammenkobling, er man nødt til at vide, at Champs-Élysées altid er en del af den sidste etape på cykelløbet. Dette er ikke kun en sammenkobling, jeg selv laver, men en sammenkobling jeg forventer mine venner på Strava også kan lave – i hvert fald dem, som følger med i cykelløbet, og dem jeg refererer til, når jeg vil lave en "intern joke". Som uddybet i mit teoriafsnit, beskriver Frandsen (2020) at cykling er en sport, hvor alle fans kan afprøve de samme veje som de professionelle. Alle og enhver kan altså frit cykle på Champs-Élysées. Dog er der, som bosat i Danmark, nogle geografiske begrænsninger for, hvor nemt det er at komme til Paris for at cykle på brostensstykket. Men her muliggør det virtuelle cykelprogram Zwift, at jeg, hjemme i min egen stue, kan cykle rundt på Champs-Élysées uden fysisk at være der.

Som set på figur 7, genererer Strava endda et kort, hvor det ligner, jeg har cyklet i Paris. Kun det lille mærkat, hvor der står "Virtual" afslører, at jeg ikke fysisk selv, var der. Der er mange aspekter af medialiseringen, som spiller ind i denne enkelte træning, som muliggøres af Strava. Jeg udtrykker nemlig i mit citat, at jeg ønsker, det skal være en intern joke og lægger derfor op til social inter-

aktion. Derfor kan det siges, at hvis det ikke var blevet uploadet på Strava, var der ingen at interagere med om træningen. Derfor havde det måske heller ikke været et behov for mig at cykle på præcis Champs-Élysées.



Figur 7 – Kort genereret af cykelrute på Champs-Élysées

Del 4: Interaktion mellem bruger og Strava

Interaktionen mellem brugerne og Strava foregår gennem det møde, brugerne har med dataene fra deres træning. Her formidler Strava de rå data, som brugerne tracker enten gennem appen direkte eller gennem tredjeparter. Dertil kan brugerne også benytte sig af eksterne måleenheder som puls-måler og watt pedaler til at måle flere data.

I mit interview med Laura, har jeg afkodet en vertikal kodningskategori, der hedder ”Strava som træningsassistent og løftet pegefinger” (Bilag 6, s. 52). Ordet træningsassistent har jeg valgt med inspiration fra mit litteraturreview hvor Rapp & Tirabeni (2018) beskriver, at eliteatleter benytter teknologi i deres sport som et redskab. De beskriver også, at eliteatleter bruger deres egen følelse til at mærke efter i kroppen fremfor at stole blindt på dataene. Laura fortæller, at hun bruger Strava som en løftet pegefinger: ”For lidt at være en løftet pegefinger og sige sådan, der er en grund til, at

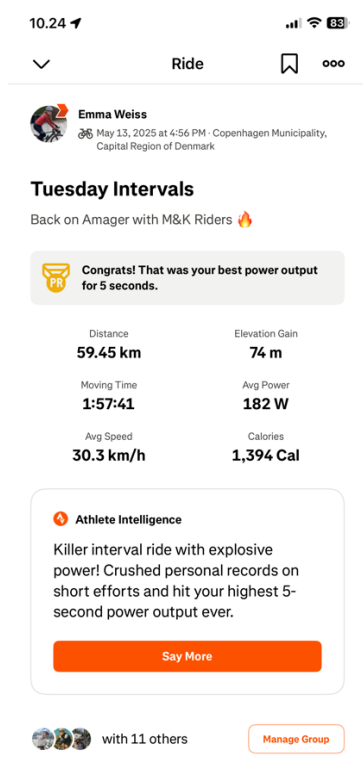
du er træt, og det er fordi, du har trænet [...], otte dage i streg, så det er okay at tage en break.” (Bilag 15, l. 161-163). Laura bruger altså Strava til at danne sig et overblik over hvor meget hun træner. Her stemmer Rapp & Tirabeni's forskningsresultater overens med den adfærd som Laura beskriver i citatet.

I eksemplet her, interagerer Laura med appen på baggrund af en udmattelse og træthed. Hun formår altså at lytte til sin krop, fordi Strava bekræfter hende i, at hun har trænet mange dage i streg. Strava formår altså at være hendes træningsassistent i perioder, hvor hun ikke selv kan holde styr på sin træningsmængde. Dette perspektiv kan også defineres som det, Frandsen (2020) kalder for systemer af kommunikation, hvor træningsapps kan skabe mening for brugeren gennem data. Hun argumenterer for, at træningsapps definerer interaktionen gennem symboler hvilket brugeren reagerer på. Og det er netop det vi ser her. Laura, der handler på det, som Strava fortæller hende gennem et kommunikationssystem.

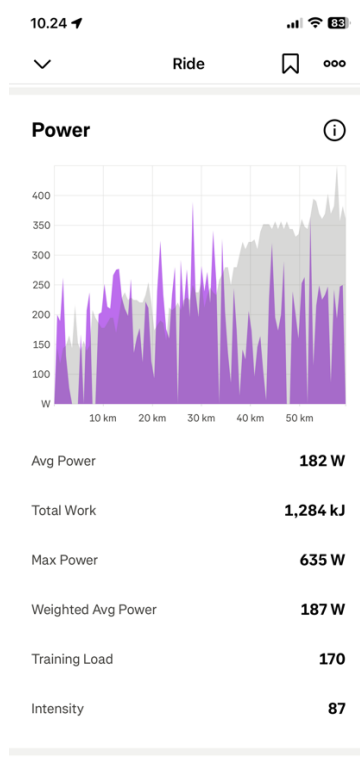
I min samtale med min informant Søren har jeg også samlet en række citater under en vertikal kodningskategori kaldt ”Strava som træningsassistent” (Bilag 5, s. 36). Her refererer han til Strava som et ”performance tool” (Bilag 14, l. 6) til at ”[...] kunne tracke performance status [...]” (Bilag 14, l. 19-20). Han fortæller, at han især bruger Strava til at holde styr på sin watt og kadence (Bilag 14, l. 48), som er tal i cykling, der er et udtryk for hans performance. Ydermere giver han også udtryk for, at han bruger Strava til at finde cykelruter som han ”snupper” fra andre (Bilag 14, l. 68). Søren siger også ”Strava linker jeg også op med Garmin og også diverse spinningcykler og hvad ved jeg.” (Bilag 14, l. 38-39). Det, som Søren beskriver her, er også et eksempel på den medieøkologi, som former Søren's træningspraksis, og som Strava er en del af – her ses det nemlig, at Strava ikke eksisterer isoleret, men som en del af et større netværk af teknologier og platforme, der tilsammen udgør Søren's træningspraksis gennem en digital og medialiseret infrastruktur. Strava indgår altså i et netværk med andre kommercielle aktører, og her er det relevant at sætte spørgsmålstejn ved, hvordan disse aktører får tilfredsstillt deres økonomiske interesser. Både Strava og de andre tredjeparter, som indgår i netværket, har et kommercielt ansvar, hvorfor det i sidste ende kan diskuteres, om Strava-brugeren benytter sig af et produkt, eller om de og deres data bliver et produkt, som vidresælges til andre aktører.

I den medieøkologi, bruger Søren altså tredjeparter til at tracke sin træning, men benytter sig af Strava til at se dataene. Strava bliver altså den platform, hvor han møder sin data fra træningen, og det er netop her interaktionen sker mellem Søren og Strava. Strava er en formidler af hans trænings-

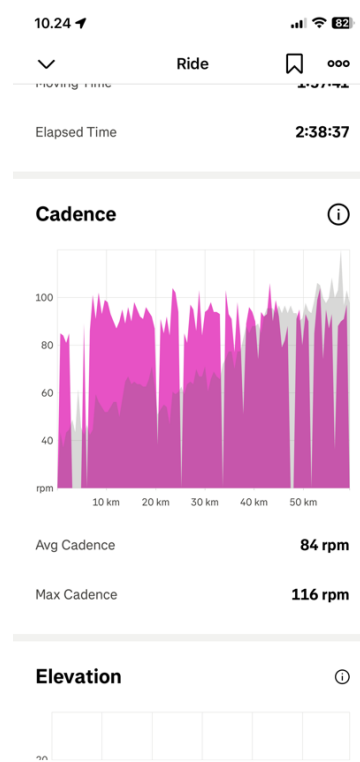
data, og Strava kombinerer dermed hans træningspraksis med hans mål om ”[...] at køre samme watt i en højere kadence, [...]” (Bilag 14, l. 101-104). De nedstående figurer 8, 9 og 10 er eksempler fra min egen Strava til at vise hvordan træningsdata fra en cykeltur kan se ud, og hvordan brugeren møder Stravas formidling af data.



Figur 8 – Visualisering af data



Figur 9 – Visualisering af watt



Figur 10 – Visualisering af kadence

I figurene 9 og 10 kan brugeren se sin watt (power) og kadence visualiseret gennem tabeller. Disse tal er især noget, som professionelle cykelryttere kigger på for at forbedre sig, hvilket også giver amatøreren mulighed for at sammenligne sig selv med de professionelle. Stravas visualisering af data giver brugeren mulighed for at analysere og sammenholde data. Dette kalder Frandsen (2020) for visualisering af træningsdata, og argumenterer for, at diagrammerne kan give brugeren instinktiv feedback, som skaber rum til refleksion. Dette er også en visualisering af selve den træning, som brugeren har udført – altså en måde at indkapsle bevægelse i et fast format. Ydermere, er det en måde hvor Strava er med til at repræsentere individets krop og performance som noget målbart og optimerbart gennem digitale teknologier. Dette peger på et samfund der er præget af dataficering og ønsket om at optimere.

Lauras og Sørensen adfærdsbetragtninger er begge udtryk for, at Strava kan bruges som en assistent i individets træningspraksis på forskellige måder. For Laura er det en assistent, der kan være en løftet

pegefinger og sørge for, at hun får slappet af. For Søren er det vigtigt at forbedre sig på nogle specifikke punkter, og her kan han bruge Strava til at holde et overblik over hans fremgang eller tilbagegang. Samtidig bliver Strava også en formidler af data.

Delkonklusion

Strava fremstår som en platform, der både muliggør interaktion mellem brugere og mellem bruger og system. Disse to interaktionsrum er forbundne og danner tilsammen rammen om en digitaliseret og medialiseret træningspraksis.

På den ene side muliggør funktioner som kudos, kommentarer og beskrivelsesfeltet sociale relationer og interaktion mellem brugere. Det at give kudos er en form for high five og anerkendelse af den sportslige præstation. Der er dog ikke nødvendigvis mange tanker bag, og det kan derfor ses som en form for automatreaktion, man giver til sine nærmeste. At kommentere på hinandens opslag er dog noget andet og noget ”større”. Der ligger flere tanker bag – om det så er for det sportslige eller det samlede udtryk, er underordnet. Men det er en funktion, som mine informanter benytter sig sjældnere af end kudos. Disse interaktionsformer kan ses som en del af medialiseringen (Hjarvard, 2009a) hvor Strava bliver et medie, der *udvider* menneskers kommunikation gennem tid og rum. Individer behøver ikke længere se hinanden i øjnene for at give en high five efter en løbetur. Individer behøver faktisk slet ikke at fortælle det mundtligt, for Strava deler aktiviteten for dem.

På den anden side skaber Strava, gennem visualisering og datafeedback, et rum hvor brugeren møder og fortolker sin egen præstation. Her bliver appen en aktiv træningsassistent, som understøtter både refleksion og præstationsmåling. Særligt interessant er det, hvordan Strava bliver en medierende aktør, der oversætter kropslig aktivitet til tal, grafer og symboler – og dermed skaber nye muligheder for optimering. Platformens funktioner rummer både det personlige, det sociale og det målbare hvilket hænger sammen med de kommende analysedele med fokus på teknologiske affordances.

Del 5: Sociale forbindelser

Ifølge Treem og Leonardi (2012) er der to dimensioner til den affordance, som de kalder *association*. Der er person-til-person forbindelser (forbindelser mellem individer) og person-til-indhold for-

bindelser (et individ afsender kommunikation til mange på en gang). Strava bygger på primært på en person-til-indhold forbindelse, men fordrer begge forbindelser, som jeg fokuserer på i denne del af analysen, hvor jeg vil starte med et citat fra min informant Isabella:

”Men som mange andre nok også, så synes jeg også, at det er et sjovt socialt medie, man kan følge med i hinandens. Man er på et medie, hvor man har lidt nogle fælles interesser. Det synes jeg egentlig også er meget sjovt. Det er ikke rigtig gældende for mange andre medier, synes jeg.” (Bilag 12, l. 52-57).

Her beskriver Isabella, at hun ser Strava som et socialt medie. Hun uddyber, at Strava er anderledes fra andre sociale medier, da brugerne deler en fælles interesse, der er træning. Hun siger senere i samtalen ”[...] det er et sted, hvor man møder hinanden i hinandens løbeture [...]” (Bilag 12, l. 550-555). Det betyder altså, at Strava giver individer mulighed for, at ikke kun mødes på en platform, men møde hinanden i sin træning, samtidig med det er en delt interesse. Det muliggøres gennem en person-til-person forbindelse, hvor brugerne ikke tager stilling til, om det indhold, de deler, passer ind i et specifikt medie eller kontekst, da mediet er skabt til netop dette formål. Isabella uddyber det i øvrigt ved, at hun synes det sjove ved Strava er, at det giver det ”fulde billede” (Bilag 12, l. 204), modsat et medie som Instagram, der ikke altid giver det fulde billede. I 2023 skrev Strava i deres trendrapport, at generation Z dyrkede motion sammen med andre for at skabe stærke forbindelser socialt. Det gjaldt ikke kun i selve træningspraksissen, for rapporten viste også, at generation Z atleter følte sig stærkere forbundet til familie og venner, når de havde mulighed for at se deres aktiviteter på Strava (Strava, 2024a, s. 6). Det er netop det, som Isabella beskriver ovenfor, og hun er dermed et eksempel på det, Strava rapporterede.

Modsat deler min informant Søren, et blik på appen, der især stemmer overens med ideen om person-til-indhold forbindelse. Han siger ”Men der er blevet lidt se mig, se mig over det (red. Strava) [...]” (Bilag 14, l. 154-156). Søren beskriver altså en adfærd på Strava, som indikerer, at brugerne godt kan lide at ’vise sig frem’. Søren siger også ”[...] jeg synes ikke, det skal være sådan en SoMe-platform. Altså, det bliver det ikke for mig. Det kan godt være, det bliver for andre [...]” (Bilag 14, l. 490-491). Han ønsker altså ikke et socialt medie, som skal være som de andre medier. Det kommer også til udtryk i den adfærd, som han beskriver her: ”Men det kan også godt være noget både ekskluderende og inkluderende i det. At man kan inkludere det, man synes, man gider. [...] Jeg synes, man er hårdere der, end man er på for eksempel andre sociale platforme.” (Bilag 14, l. 190-193). Søren beskriver her, hvordan han er mere ekskluderende på platformen i form af hvem han

gerne vil følge derinde. Han er bevidst om, det kan være ekskluderende, men det betyder også, at det så er ekstra inkluderende, når man lukker nogen ind i sit Strava-netværk. Søren er altså ekskluderende og selekterende i sine person-til-person forbindelser på Strava.

Søren har en anden pointe i vores samtale om det sociale aspekt:

”Men det giver jo også det der fællesskab, altså i de der grupper, man er med i, men som jo også er levende grupper, fordi man skal jo trods alt stadigvæk ud at løbe, man skal jo trods alt stadigvæk ud at svømme eller at cykle.” (Bilag 14, l. 505-507).

Her pointerer Søren, at Strava er fællesskabende online, men at det sker på baggrund af en offline praksis, som er træning. Det er en vigtig pointe at have med, da Strava som platform ikke ville kunne eksistere uden den praksis, det er at træne. Søren bruger udtrykket ’levende grupper’, om det at mødes i virkeligheden. Det indikerer, at han mener, at mødes online ikke er lige så levende, som at mødes i virkeligheden. Det kan jeg afkode, da han også siger”[...] jeg synes egentlig, det er sjovere, at man har snakken bagefter. Altså, så man har det sociale, at det ikke bliver over en app.” (Bilag 14, l. 480-482). Her sætter han ’det sociale’ lig med at mødes i virkeligheden. For Søren er det altså ikke socialt at interagere over en app, men bliver først socialt, når man mødes i virkeligheden. Det stemmer overens med de trends Strava beskrev fra 2024 hvor andelen af løbegrupper steg på Strava (Strava, 2024b, s. 4). Her fortalte 58%, at de havde fået nye bekendtskaber gennem træningsgrupper og 48% sagde, at social forbundethed er den største grund til at de er en del af en træningsgruppe (Strava, 2024b, s. 5). Det viste også, at gruppetræning var både længere og havde større potentiale til at modtage kudos i forhold til solo-træning. 43% sagde i øvrigt, at de deltog i gruppetræning for at forbedre performance hvor 34% svarede, at de gjorde det for at blive holdt til ansvar for deres træningsplan (Strava, 2024b, s. 8). Også i 2023 berettede Strava, at atleter, der delte deres aktiviteter på Strava, sagde at træning hjælper dem med at bekæmpe følelsen af ensomhed (Strava, 2024a, s. 6).

For Laura er Strava en underholdningsplatform (Bilag 15, l. 118), og ser det derfor anderledes end Søren. Hun fortæller: ”[...] jeg har også brugt umenneskelig mange timer på Strava.” (Bilag 15, l. 178). Udover det er en underholdningsplatform, hvor hun kan tracke sine egne statistikker (Bilag 15, l. 115), er det også blevet en platform, hvor hun deler alt, fordi hun har oplevet, at andre ikke stolede på, at den træningspraksis, hun fortæller om, er sand. Hun siger følgende:

”[...] at jeg så har valgt at dele alle mine statistikker med alle. Fordi jeg også havde en lang periode, Emma, hvor folk var sådan lidt, træner du overhovedet? [...] Så var jeg sådan, jeg mister jo ikke noget. [...] Ligesom på Instagram, jeg føler ikke, jeg mister noget, ved at dele ud af mig selv.” (Bilag 15, l. 246-249).

Som tidligere beskrevet, er Laura influencer, og benytter især mediet Instagram til at formidle sine budskaber. Og i forbindelse med det erhverv, har hun oplevet, at nogen ikke stoler på, at hun træner den mængde, som hun faktisk gør. Her bliver Strava en platform, hvor person-til-indhold forbindelsen ikke kun bliver tydelig, men også vigtig for Lauras troværdighed. Strava bliver nemlig Lauras måde at vise omverdenen, at det hun siger, faktisk er sandt. Det kan derfor siges, at det for Laura øger hendes modalitet i sin kommunikation på medier, at hun kan dele sin træningspraksis gennem Strava, da visualiseringen af træningsdata bliver et symbol på hendes praksis.

Det er dog også en udtalelse, hvor det er relevant at sætte spørgsmålstejn ved, hvad det egentlig er, som Laura møder. At Laura, skal bevise overfor andre, at hun træner den mængde, som hun siger, bevidner om, at der eksisterer nogle kulturelle forventninger til hendes praksis. Sagt på en anden måde; hun møder skepsis omkring, hvorvidt det virkelig kan passe, at hun træner så meget. Måske Laura møder disse fordomme, fordi hun er kvinde. Det kan nemlig pege på, at det er et eksempel på en kønsforskel i træning, hvor det kulturelt set er mere forventeligt, at mænd træner en større mængde end kvinder. Laura fortæller i øvrigt: ”[...] hvis det kan inspirere bare nogle få mennesker til også at komme ud og dyrke noget sport, [...] så føler jeg [...], at jeg har gjort mit indirekte for at bidrage til en sundere og aktiv livsstil”. (Bilag, 15, l. 249-251). Laura deler altså også ud, for at kunne inspirere andre til at leve en sundere livsstil. Dette bevidner også om, at der faktisk er et behov for at inspirere andre – måske især andre kvinder. Dermed bliver hendes træningspraksis ikke kun for hende selv, men også en praksis der kan være med til at ændre andres praksis, hvis de bliver inspireret. Stravas rapport fra 2023 indikerer i øvrigt også, at mennesker har behov for at blive inspireret til træning – ikke kun af influencers, men også af familie og venner (Strava, 2024a, s. 6).

Del 6: Historiefortælling

Et tema, der går igen hos alle mine informanter er, at de alle til en vis grad, redigerer deres Strava opslag i form af beskrivelser og billeder. Dette kan ses som affordancen *editability* (Treem og Leonardi, 2012). Strava giver brugeren mulighed for at tilføre kommunikation til sin aktivitet, men

gør det ikke muligt at redigere i datatallene fra brugerens træning. Dog er det muligt, at brugeren kan skjule noget af sin data. Først vil jeg dog uddybe, hvordan mine informanter både har større tendens til at interagere med opslag, der fortæller en historie, og hvordan de selv er med til at forme fortællingen om deres egen træning gennem de funktioner, som Strava tilbyder. Jeg vil starte med et længere citat fra min informant Viktor:

”Eller hvis jeg er ude at løbe med nogen, kan jeg godt lide at tage et billede af dem. Det er med til at skabe en fortælling om træningen. Som man ikke ville få ellers. Og det er måske også noget af det Strava er god til. Det er sådan at skabe en kontekst omkring ens træning, som er ret fed, så er det mere end bare at løbe en tur. Så det er det, eller nogle gange hvis jeg har et screenshot af resultatlisten, hvis man har løbet godt, eller billeder fra løbet og sådan noget. Der er lidt Instagram-fænomen i det, at det helst skal være noget pænt. En flot solopgang eller nogle bjerge eller sådan et eller andet.”
(Bilag 13, l. 185-191).

Her forklarer Viktor, hvordan han værdsætter, at Strava er med til at muliggøre en fortælling om træningen. Særligt bemærkelsesværdig er Viktors udtalelse ”så er det mere end bare en løbetur”, som ikke blot indrammer hans syn på Strava, men også har fungeret som inspiration til titlen på mit speciale. Hans betragtning indikerer, at samfundet ikke længere bare er et sted man kan løbe en tur, der skal gerne være en ekstra dimension til løbeturen – en dimension, som Strava kan tilføre. Det betyder, at fortællingen om Viktors træning er med til at repræsentere det samfund og den verden, som han er en del af. I Viktors tilfælde er det en verden, hvor det at være social og det at præstere godt på sine løbeture, er vigtigt, og hvor træning er et omdrejningspunkt.

Viktor uddyber sit perspektiv således: ”Det må gerne opstå organisk. Det er ikke noget jeg prøver at iscenesætte, men det giver noget ekstra, hvis man både har en fed titel, en god beskrivelse, et billede.” (Bilag 13, l. 196-199). Samtidig med, at Viktor ønsker at skabe den gode historiefortælling, skal det hverken være iscenesat eller uorganisk. Et perspektiv jeg afkoder som, han gerne vil fortælle en autentisk historie. Ifølge Hjarvard (2009a) findes autenticiteten i medialiseringen et sted mellem det medierede og umedierede, hvor hverken det medierede eller umedierede prøver at genskabe hinanden. Det betyder også, at Viktor ikke bør sætte spørgsmålstegn ved, om de billeder han tager for at fortælle om sin træning, bør opstå organisk. Med udgangspunkt i Hjarvard kan det nemlig ses som, at det er blevet en integreret del af selve praksissen, hvilket Viktor måske bør se det som. Viktor afslutter sætningen ved at sige ”Det sætter jeg også pris på, når andre gør. Så fortjener

de mere det Kudos, der.” (Bilag 13, l. 196-199). Det er altså et princip, der går begge veje, og det betyder ikke kun mere for Viktors egen praksis, men han værdsætter også, når andre gør det.

Dette deler han med mine informanter Laura, Isabella og Carolina. Eksempelvis siger Laura:

”Og når jeg siger fedt opslag, så mener jeg, at jeg synes, at der er noget indhold, noget man som modtager får ud af det. [...] der er ligesom en historie, der bliver fortalt, så kunne jeg godt finde på at kommentere.” (Bilag 15, l. 221-224).

Laura og Viktor deler altså begge ideen om, at hvis en bruger gør noget ekstra ud af deres opslag og netop fortæller den historie, så fortjeneren brugeren at blive belønnet gennem kudos og kommentering. Også Carolina har større tendens til at give kudos, hvis nogen tilføjer billeder ”[...] if they post a photo I'm more likely to give kudos just because it's more interesting and like catches my eye [...]” (Bilag 11, l. 164-165). Hun siger også ”I like to know the challenges and what people are facing.” (Bilag 11, l. 262) hvilket også hænger sammen med perspektivet. Isabella lægger også flere gange vægt på, at det man deler på Strava gerne må være personligt. Blandt andet siger hun ”Og så synes jeg ikke, det (red. autogenererede titler) er så personligt, faktisk.” (Bilag 12, l. 264-265).

Som beskrevet tidligere, er min informant Søren afholdende fra at bruge Strava som et socialt medie, faktisk så meget, at det er en frygt for ham ”Jeg tror, de fleste er lidt bange for, at der skal gå Facebook i det.” (Bilag 14, l. 257-258). Til trods for dette, indrømmer Søren dog ”Jeg kan også godt finde på, [...] at bare lige lægge et billede op, hvor man har det socialt, eller der er et eller andet, man synes, der ser fedt ud.” (Bilag 14, l. 224-228). Selvom Søren er afholdende fra at bruge Strava som et socialt medie, er der dog også elementer i hans ageren på Strava, som er præget af de funktioner. Det er dog nok sværere for Søren at indrømme, at det er en del af hans træningspraksis, end for mine andre informanter. Dette tillægger jeg generationsskellet, da han er fra en anden generation end mine andre informanter.

Strava fordrer også, at brugeren kan privatisere sine data. Dette har min informant Viktor, på et tidspunkt gjort brug af. Specifikt skjulte han sit tempo på sin løbetræning. Han fortæller:

”Men jeg har, lige da jeg begyndte at lave zone 2, så hidede jeg tempoet. Bare fordi, at det var sådan noget 6-7 minutter. Det var egentlig ikke fordi, jeg var pinligt berørt over det. Jeg ved egentlig ikke, hvorfor jeg gjorde det. Det var ikke formålet med træningen. Det var egentlig bare tid og puls.” (Bilag 13, l. 79-82).

Her åbner Viktor op om, at han i en periode gemte sine zone 2 løbetræning (træning med lav puls, der er længerevarende). Han er vævende i sit svar om hvorfor han gjorde det, men kommer frem til, at tempoet ikke var formålet med træningen. I vores samtale spørger jeg Viktor, hvornår han stoppede med at gemme tempoet, hvortil han svarede efter tre-fem ture "[...] hvor det blev bare mere besværligt at gå ind og gøre det privat. Hvor jeg også tænkte, hvorfor gør jeg det egentlig? Det er jo pisse lige meget. [...] Så folk må sgu godt se, at jeg løber langsomt." (Bilag 13, l. 91-94). Det interessante er her, at Viktor indrømmer, måske uden at tænke over det, hvad hans egentlige grund til at skjule tempoet var, nemlig at det var langsomt. I sidste ende vejer det dog tungere, at det var mere besværligt at gøre det privat, end at andre folk ser hans, ifølge ham selv, langsomme tempo. Dette kan tyde på, at det er en identitetsmarkør for Viktor at løbe i et hurtigere pace. Det siger jeg fordi, at han i starten af vores samtale indleder med at sige, at han træner for lyst og for at blive bedre og hurtigere (Bilag 13, l. 9-10). Der er altså et tydeligt konkurrenceelement i Viktors adfærd hvorfor det kan tyde på, at en langsom pace går imod den forestilling han har om sin egen formåen. Viktor er dog ikke alene om at udføre en sundere og mere længerevarende træningspraksis, da Strava-brugere i 2024 havde en tendens til at tracke flere korte træningsaktiviteter, som indikerer at de byggede en praksis, som de kan overholde i længere tid fremfor en praksis, der bygger på "bigger-better-faster-all-the-time" (Strava, 2024b, s. 11).

Jeg selv har også været udfordret af zone 2 løb hvilket jeg ser afspejlet i mine autoetnografiske betragtninger. Blandt andet skriver jeg:

"På mit program stod der 40 minutter i zone 2. Og det var faktisk den længste løbetur, jeg har været ude på længe, fordi jeg har været skadet. Så det var dejligt at komme ud i lang tid. [...] Men jeg kunne slet ikke abstrahere fra den pace, jeg kunne se mit løb ville få, da jeg var derude, så flere gange under løbeturen tænkte jeg, ej jeg gider ikke poste på Strava. Hvad jeg skal skrive på Strava. Hvordan, ja, det blev bare ved med at køre rundt i hovedet på mig. Og så prøvede jeg ligesom at abstrahere fra det, og så koncentrerede jeg mig om nogle af de teknikøvelser, jeg har fået af min coach. [...]" (Bilag 16, l. 352-363).

I disse betragtninger er jeg tydeligt berørt over, at jeg ikke kan løbe hurtigere. I eksemplet her, er jeg ligesom Viktor, i gang med at lave zone 2 træning, der var en del af mit træningsprogram, da jeg havde været skadet forinden. Men til trods for dette rationale, kan jeg tydeligvis ikke finde ro i til at acceptere, hvad kroppen kunne på dette tidspunkt. Det tyder på, at der er en dissonans mellem det

fysiske og mentale, hvilket måske hænger sammen med min egen identitetsbevidsthed. Fordommene om zone 2 træning bliver tydeliggjort af, at jeg møder en veninde på løbeturen:

”Og så mødte jeg helt random min veninde ude i Fælledparken, der løb. Så stoppede vi selvfølgelig op og snakkede. Noget af det første jeg siger, var bare, at ”jeg er herude på en zone 2 tur, så det er ikke så godt til min Strava med pacen”. Så siger hun til mig, ”du skal bare skrive på Strava, at det er zone 2, så går det nok”. [...] Hun bekræftede mig jo bare i, at det er nederen at lægge en langsom løbetur op. Altså man skal på en eller anden måde undskylde det med noget. Man kan ikke bare lægge den op uden at skrive noget. Og det tror jeg også, at den konklusion, jeg selv har kommet til derude i alle mine tanker. Men det var i hvert fald bare lige noget, at jeg ikke kunne abstrahere fra. Fordi jeg vil jo gerne have, at min løbetur er noget andet end bare mig, der tænker på, hvordan jeg skal undskylde min pace på Strava.” (Bilag 16, l. 364-373).

I mine betragtninger her kommer jeg frem til, at man på en eller anden måde, skal bortforklare sine langsomme løbeture. Det bliver jeg bekræftet i, af min veninde, som også bruger Strava. Jeg afko-der det som noget, der potentielt kan ses som et mønster i og med, at min informant Viktor også har udtrykt samme praksis. En vigtig pointe er også den sidste sætning i det ovenstående citat; at jeg ønsker, at mine løbeture ikke skal være mig, der tænker på min pace på Strava. Det er et eksempel på, hvordan den sammensmeltning af det umedierede og medierede kan påvirke individet negativt i sin træningspraksis. Det er samtidig også et eksempel på, at der netop er sket en sammensmeltning i min egen træningspraksis, da begge dimensioner præger den måde, jeg tænker på under mine løbeture. Viktors og mine egne betragtninger om zone 2 løb er i øvrigt et eksempel på *mode of conformity* (Hjarvard, 2009b). Ved at løbe langsomt prøver vi at skabe en vedvarende træningskultur, og ikke bukke under for samfundets pres, som er præget af performance og hurtig løb. Vi prøver derfor at skabe vores egne karakterer, men i sidste ende er de psykologiske og sociale konsekvenser for store, hvilket vil ende med, at vi imødekommer samfundets krav om performance.

Del 7: Træningsstatistikker

Da jeg spørger mine informanter, hvad der er den primære grund til, at de bruger Strava, svarer de i overensstemmelse med hinanden – at det er for at have et overblik over deres træning. Og det er netop det Strava tilbyder gennem affordancen *persistence*, da appen giver muligheden for at fast-

holde kommunikation – i dette tilfælde træningsdata – over tid. Det giver brugeren mulighed for at tjekke ind med sine data og kan sammenligne dem over tid. Dette perspektiv stemmer i øvrigt overens med nogle fund, jeg fremstillede i mit litteraturreview fra Rivers' undersøgelse, hvor hans studie viste, at self-tracking var den største grund til at bruge Strava. Men også resultater i andre studier af Zheng, Soulé et al. og Li et al. indikerer, at dataindsamling er vigtig.

I min empiri siger min informant Viktor: ”Men egentlig primært bare for at tjekke min egen træning, og have et eller andet bibliotek for mine stats, tror jeg.” (Bilag 13, l. 39-40). Viktor kalder altså Strava for et bibliotek, der opbevarer hans statistikker. Også Carolina fortæller, at hendes motivation til at bruge Strava handlede om at holde styr på hendes træning: “When I started, I had no friends so it was just to have somewhere where I could track everything.” (Bilag 11, l. 47-48), og det havde altså ikke noget at gøre med det sociale fællesskab. Min informant Laura kalder Strava for en “datalageringsplatform” (Bilag 15, l. 64) hvor Isabella kalder Strava for en “dagbog” til sin træning (Bilag 12, l. 52). Søren fortæller, at han begyndte at bruge Strava for “[...] at man kunne tracke performance status [...]” (Bilag 14, l. 19-20). Alle mine informanter har forskellige indgangsvinkler til hvordan de ser Strava som en platform, men alle deres forklaringer handler om at fastholde data over tid, så de kan holde et overblik over træningsmængde eller kan bruge det som et redskab til at forbedre sig.

Min informant Laura klassificerer sig selv som en ”datanørd” (Bilag 15, l. 103). Hun fortæller, at grunden til, hun blandt andet bruger Strava er at hun “[...] kan tracke ikke kun løb, men også cykling og svømning og alt muligt andet på den samme platform. Så det er helt sikkert at gå ind også.” (Bilag 15, l. 65-67). Laura sætter altså pris på, at hun kan tracke forskellige sportsgrene på den samme app, så hun har sit overblik samlet ét sted. Laura fortæller også, at

”[...] jeg synes det er en kæmpe gave at kunne tage en app som den (red. Strava) med på ferier eller på træningspas, eller lad os sige, at ens ur løber tør, så kan man gå tilbage og backtrace og sige, at nu har jeg løbet 10 km, så skriv det ind og log en træning på den måde.” (Bilag 15, l. 209-212).

I citatet fortæller Laura, at hun bruger Strava på de tidspunkter, hvor hendes ur er løbet tør for strøm eller hun ikke har det med. Når hun står i de situationer, ønsker hun dog stadig at kunne se træningen i hendes overblik, hvorfor Strava bliver et redskab til at tracke korrekt. Det indikerer, at træningsoverblikket er vigtigt for Laura, da denne fastholdelse af data over tid kan hjælpe hende. Hun siger nemlig, at det motiverer hende at se, at hun bliver bedre på sine datatal, men at det ikke nød-

vendigvis er Stravas formidling af tallene, der motiverer hende da, ”Det kunne lige så godt bare være mit ur eller alt muligt andet, der fortalte mig det.” (Bilag 15, l. 368-371).

Her er Viktor dog ikke enig. En af grundene til Viktor bruger Strava er ”Fordi jeg synes, det er en fed platform. Lækkert software, som kan fortælle mig de ting, jeg har brug for at vide i min træning. På sådan en meget, hvad skal man sige, engaged måde [...]” (Bilag 13, l. 35-36). Viktor er altså bruger på netop Strava fordi han holder af den måde, Strava ser ud på, og han føler sig engageret af appen. Han fortæller også, at en af grundene til han træner er for ”Forbedring. En målbar fremgang. Det er også derfor Strava er så nice, fordi det ligesom kvantificerer dine forbedringer. Så det er egentlig primært det (red. der motiverer).” (Bilag 13, l. 218-219). Det, Viktor beskriver her er ideen om self-quantification (Maltseva & Lutz, 2017). Det kan have positiv indvirkning på performance og forbedring, som her i Viktors tilfælde. Det kan dog, hvis han ikke har indsigt i sit selv, få negative konsekvenser for individet. Derfor er det altså vigtigt, at Viktor ikke kun ser på sine data, men også mærker efter i sig selv.

Viktor kan altså have et bibliotek over sine forbedringer med Strava, der tilmed engagerer ham i hans træning. Han fortæller også at ”Med Strava kan jeg godt lide at sidde og analysere lidt. Og fordybe mig i det.” (Bilag 13, l. 316-317). Strava bliver altså en fordybelsesplatform for Viktor. Dette er også et eksempel på hvordan Viktors træningspraksis er præget af medialiseringen. Træningen er ikke længere ”kun” hans løbetur, men bliver også indvirket af den fordybelse han gør sig efter den praktiske del er overstået. Og det, der muliggør det for Viktor, er netop Strava. Appen er også med til at fastholde ham i hans løbetur, efter selve praksissen er ovre. Strava er desuden tiltalende for ham, og hvis han ikke kunne bruge Strava ”Så ville jeg måske kunne bruge Garmins app. Men den har slet ikke det samme engagement. Og så ville det blive meget hurtigt hjem, slukke for uret og glemme alt om det.” (Bilag 13, l. 314-316). Og selvom det måske for nogen lyder tiltalende ikke at skulle hjem og se på datatal, er det for Viktor blevet en del af hans praksis. Han fortsætter nemlig med at sige ”Ja, det ville gøre træningen lidt mere kedeligt. Og mere trivielt, tror jeg. [...] de der ekstra 10% ville mangle.” (Bilag 13, l. 314-319).

Elementet af at kunne fastholde data over tid er derfor en essentiel affordance i Strava for alle mine informanter. For nogen er Strava den eneste platform, men for andre findes der flere muligheder end Strava.

Del 8: Strategisk repræsentation gennem synlighed

Ifølge Treem og Leonardi (2012) er affordancen *visibility* med til, at brugerne af det pågældende medie kan repræsentere sig selv strategisk. Dette kommer også til udtryk på Strava med et eksempel fra mine egne autoetnografiske refleksioner. Her skriver jeg:

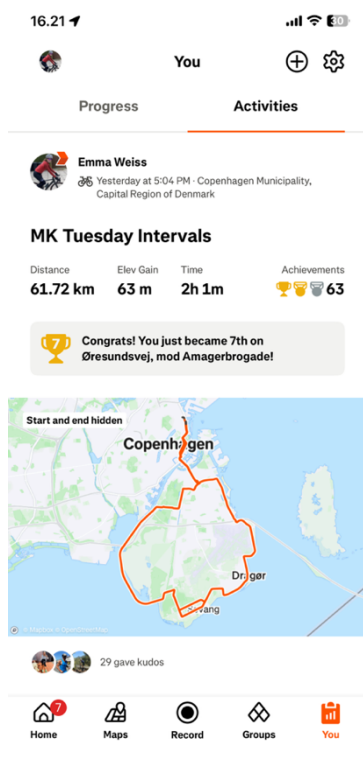
”I dag, den 31. december, har jeg lavet FTP-test, som jeg også gjorde den 1. december. Og mit resultat var dårligere. Og det frustrerer mig ret meget. Og det var ikke lige, hvad jeg havde håbet på. Så det har faktisk også gjort, at jeg på Strava har slettet det billede som en Zwift automatisk uploader. Og jeg har også ændret titlen, så der ikke står FTP-test. Men at der bare står Morning Ride, for jeg orker ikke. Og jeg sad godt og tænkte på, om jeg skulle skrive et eller andet med, at improvement ikke er en lineær proces. Men det er jeg simpelthen ikke i humør til. Jeg er lidt skuffet over mig selv. Så det blev bare faked.” (Bilag 16, l. 680-686).

Dette er et tydeligt eksempel på et tidspunkt, hvor jeg har formet mit opslag på Strava til at repræsentere noget andet, end det træningen egentlig gik ud på. Her har jeg ændret i både titel og billede til at afsende den historie, jeg gerne selv vil fortælle. Her spiller de to affordances *editability* og *visibility* sammen. De sammensmelter i én handling, da den ene affordance ikke ville være funktionel uden den anden. Grunden til jeg ”manipulerer” med indholdet er, at jeg tydeligvis er skuffet og frustreret. Jeg beskriver det med følelsen af, at jeg ikke orker det, eller er i humør, fordi jeg er skuffet. Resultatet af denne FTP-test er dårligere end den tidligere test jeg tog. Min skuffelse kan afkodes som, at jeg burde kunne præstere bedre end jeg gjorde, og det dermed ikke er retvisende for det, jeg kan og vil vise på Strava. Treem og Leonardi beskriver nemlig også, at *visibility* affordancen er en affordance, der giver andre mulighed for at vide noget om afsenderen, hvilket afsenderen kan benytte sig af og danne et billede af, hvem de er. Og hvis dette er tilfældet, kan det tyde på, at jeg i dette eksempel ikke har haft lyst til, at det billede, der skal afspejle mig, er et hvor jeg er blevet dårligere. Ifølge Hjarvard (2009a) giver medieret kommunikation også mulighed for at optimere den sociale interaktion til egen fordel, hvilket dette også er et eksempel på. Set på den anden side, reflekterer jeg også over, at jeg kunne have skrevet, at forbedring ikke er en lineær proces. Dette ville have skabt et anderledes billede af mig ud til, og det havde skabt en mere ærlig fortælling om min træningspraksis. Denne affordance fordrer nemlig også, at andre kan følge med i hvad der sker lige nu og her. Her kan det siges, at jeg ikke benytter mig af muligheden for netop det.

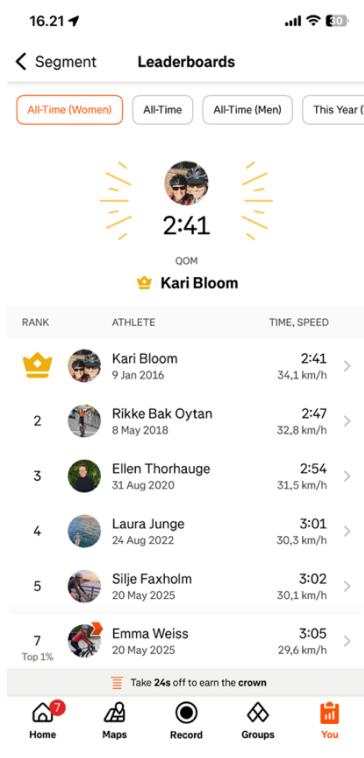
Det er interessant at se på dette fra et multimodalt perspektiv, da disse små manipuleringer med at ændre titel og slette et autogenereret billede, kan påvirke det budskab, man som bruger afsender. For en ting, der er fastholdt på Strava er dataene som puls, fart, watt og kadence. Det vil altså sige, ”sandheden” om min træning er tilgængelig og åben for alle, men fordi Strava giver muligheden for at kunne bortforklare præstation gennem beskrivelser og titler, falder modaliteten i opslaget. Og ifølge Hjarvard er det også en del af medialiseringen, at man gennem medier, kan kontrollere interaktionen gennem de indtryk som gives og afgives. Her kan det siges, at i det ovenstående eksempel giver jeg et signal af, at træningen går fint – der er i hvert fald ikke en indikation af, at det går dårligere. Men, samtidig kan det også afgive et signal om, at jeg faktisk er blevet dårligere, hvis nogen undersøgte min data nærmere. Her ville det nemlig stå sort på hvidt, at jeg ikke præsterede lige så godt, som sidst, jeg kørte denne FTP-test. Hjarvard argumenter for, at den medierede kommunikation kan være med til at ændre på normer i den umedierede kommunikation i sidste ende. Derfor kan det ovenstående indikere, at min medierede interaktion kan ændre min måde at tale om træning, data og præstation på i den umedierede, hvilket i sidste ende kan betyde, at jeg taler uærligt om min performance.

Del 9: Segmenters indvirkning på synlighed

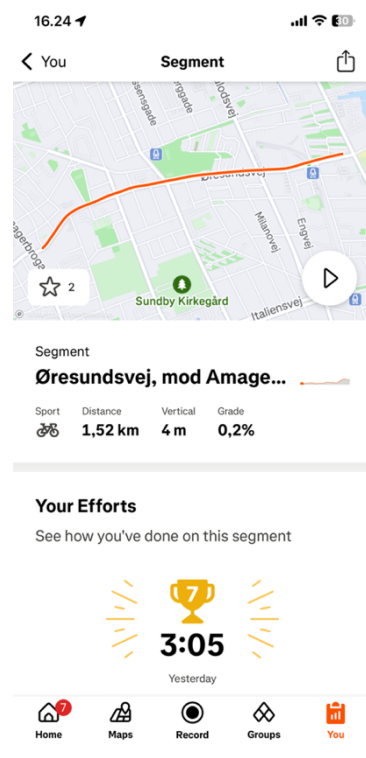
Et andet element, under affordancen *visibility*, er de såkaldte segmenter på Strava. Segmenter er dele af veje, gjort digitale af brugerne, hvor de kan sammenligne tider på tværs af disse. Sagt på en anden måde, segmenter er en måde hvorpå Strava medierer infrastruktur, der gør helt almindelige veje eller bakker til et element af gamification. Brugeren kan på disse segmenter konkurrere med sig selv og se udviklingen af sin fart på disse segmenter over tid, men kan også konkurrere med andre brugere på Strava, da Strava genererer ranglister (leaderboards) – og det er her, at brugerens træningspraksis bliver synliggjort. Når brugerne taler om ”at tage segmenter” handler det om at være hurtigst på et stykke vej, eller komme i top-10. Hvis brugeren gør dette, får de en badge. Herunder er det eksemplificeret i figurerne 11, 12 og 13 på en af mine egne cykelture hvor jeg blev nummer syv på et segment.



Figur 11 – Segment badge



Figur 12 – Segment leaderboard



Figur 13 – Segment data

Ranglisten er offentlig tilgængeligt, hvorfor jeg ikke har valgt at anonymisere navnene. Det er netop offentligheden af segmenter, der gør denne funktion til en synlighedsaffordance, da Strava er med til at øge synligheden af brugerens træningspraksis og præstation. At køre eller løbe sig i en top-10 på et segment er nemlig ikke noget, der går ubemærket hen. Som det kan ses i figur 11, promoverer Strava tydeligt på min aktivitet, at jeg er blevet nummer syv på et segment (figur 13). Synligheden af brugerens præstation i det enkelte opslag er ikke noget, som de selv kan styre. Derfor er det også et element, der ikke kan redigeres i.

Foruden at være en synlighedsaffordance, er segmenter også med til at øge konkurrencen hos brugerne gennem gamification. Eksempelvis fortæller Laura:

”Jeg var fx på Rømø her for et par år siden på en sommerferie. Og jeg røv kedede mig, fordi det er en ø [...]. Og der kunne jeg se, der var sådan noget tre Strava segmenter på løb. Og så tog jeg det som en challenge. [...] Så jeg flækkede jo mig selv på sådan fuldstændig ligegyldigt 4 km [...]. Bare fordi jeg kedede mig.” (Bilag 15, l. 136-141).

Her er det altså Stravas funktion med segmenter, der stiller Lauras kedsomhed på en ø. Hun siger selv, at hun tog det som en challenge til at udfordre sig selv på segmenterne. Det betyder også, at

hun af ingen særlig grund, løb en tur hvor hun ”flækkede sig selv” – det vil sige, at hendes løbetur var rigtig hård og hurtig.

Min informant Søren benytter sig også af segmenter. Han siger ”Jeg synes jo, det er sjovt med KOM’ere, hvor man ligger. Altså challenges og KOM’ere. Det er nok et konkurrence-mindset. At se, hvor man ligger henne.” (Bilag 15, l. 54-55). Som beskrevet indledningsvist står KOM for King of the Mountain. Dette er en specifik form for ”krone” man kan vinde som bruger, som kun gives på klassificerede stigninger i cykling – det vil sige bjerge eller længere bakker. Søren har altså kørt en del efter segmenter, fordi han også har et konkurrencemindset ligesom Laura. Søren bruger det også aktivt i sin træningspraksis: ”Altså, vi ligger jo også og presser hinanden på nogle af de der segmenter.” (Bilag 15, l. 374). Her bliver segmenterne gjort til en del af en træningspraksis, hvor brugerne kan hjælpe hinanden til at presse hinanden til at blive hurtigere. Det indikerer, at den individuelle træningspraksis er formet af andres tilstedeværelse på platformen. En grund til, at man som gruppe gerne vil køre efter at vinde på segmenter, kan være, at grupper har større chance for at vinde på dem. Det berettede Strava om i 2023 hvor det viste sig, at atleter der trænede i en gruppe, havde op til 83% større chance for at vinde på et segment i forhold til når de trænede alene – både på løb og cykling (Strava, 2024a, s. 6).

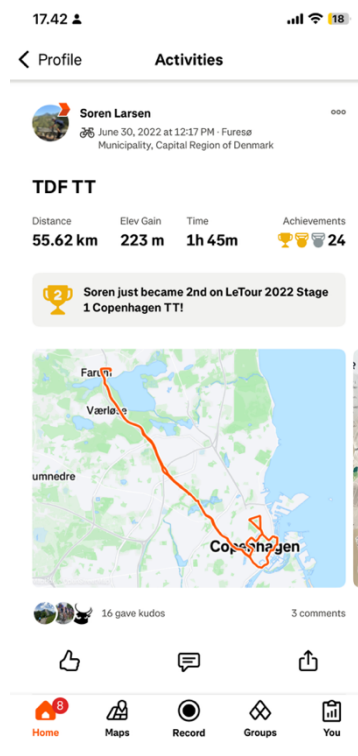
Søren siger også, at han kender til mange af dem, der har kronen på de segmenter, hvor han kører meget, men:

”Og så kommer der nogle gange nogen forbi, [...] jeg kender dem ikke, jeg kender navnene, altså hvor de er ude og jage segmenter, [...] så er de bare kørt ud, segment-jagt eller KOM-jagt, kalder de det, og [...] det er semi-pro eller nogen, der bare kører, og så snubber de lige, og det er jo okay, det er jo bare irriterende, at man så aldrig nogensinde mere, kan komme op [...]” (Bilag 15, l. 376-381).

Citatet her understreger min pointe om, at segmenter er med til at øge synligheden, da det først og fremmest bevidner om, at andre faktisk ser efter, hvem der har kronen på segmenterne. I citatet kan det dog også aflæses, at Søren har en form for ejerskabsfornemmelse overfor de segmenter, som han kører meget på. De er en vigtig del af hans egen træningspraksis, og derfor irriterer det ham, når andre kommer forbi og ”snubber” et segment. Det, der nok i virkeligheden irriterer Søren mest i sidste ende er, at der er nogen, som kører stærkere end ham. Han er som beskrevet en stor konkurrence-mand. Som jeg fremstillede i mit litteraturreview findes der studier (Baratt, 2016), der peger på, at gamification elementer, som er muliggjort af GPS, har indført et nyt konkurrenceelement i cyk-

ling, der fastholder brugerne i deres cykeltur, efter den er afsluttet, hvilket Søren er et godt eksempel på. Segmenter og konkurrence er også med til at ændre på de normer, som bliver skabt i vores træningspraksis. Her bliver normer for konkurrence og synlighed pludselig en stor del af praksissen, og motivationen for at vinde et segment kan tilrettelægge den daglige træning, som i Søren tilfælde, men kan også tilrettelægge en hel ferie, som i det ovenstående eksempel med Laura.

Et andet tidspunkt, hvor segmenter bliver en del af et større medialiseringsperspektiv i sport, er gennem Tour de France. Mange af de ruter, eller dele af ruter, som rytterne cykler i Tour de France er gjort til segmenter af fans. Eksempelvis fortæller Søren ”Altså, jeg kan huske, jeg havde den anden hurtigste bedste tid på TT-ruten (red. fra Tour de France i København), da jeg var inde og prøvekøre den torsdag. [...] men [...] så var der noget der hedder Tour de France,” (Bilag 15, l. 383-386). Da Tour de France i 2022 begyndte i København, startede cykelløbet med en enkeltstartsetape – en etape hvor rytterne cykler én efter én og ikke i et samlet felt. Denne rute kunne man som amatør prøvekøre, hvilket Søren gjorde brug af. På denne dag var han nummer to på segmentet – det vil sige han havde cyklet næst hurtigst af alle, der havde tracket turen på Strava – men det ændrede sig, da Tour de France-rytterne kørte den, da nogle af de professionelle atleter også tracker på Strava. Dette er altså et eksempel på hvordan Tour de France-turisme, fankultur og træningspraksis smelter i ét på grund af mediet Strava. Ikke nok med, at almindelige motionister får muligheden for at prøvekøre den samme asfalt som de professionelle skal cykle på, så får de også muligheden for at sammenligne hvor hurtigt de kører. Dette skaber en relation mellem amatører og professionelle, som bliver fastholdt over tid. Søren's Strava opslag kan ses nedenfor i figur 14.



Figur 14 – Søren segment

Min informant Viktor er også glad for segmenter: "[...] jeg er stor fan af dem. [...] det er sjovt at se, [...] hvor man selv ligger på det samlede leaderboard, men lige så meget i forhold til mine egne præstationer på det segment." (Bilag 13, l. 58-61). Viktor bruger det altså både som en måde at se hvordan han præsterer i forhold til andre, men også for at se sin egen forbedring. Min informant Carolina derimod benytter sig ikke af dem, og siger i en enkelt sætning "I do not use segments [...]" (Bilag 11, l. 73) og også Isabella afviser, at hun bruger dem (Bilag 12, l. 87). En årsag til, at Carolina og Isabella ikke benytter sig af segmenter, kan findes i de nedstående betragtninger.

For Isabella kan det være fordi, at hun har sat en begrænsning for sig selv, da hun ved, at sammenligning og konkurrence med andre til en vis grad kan påvirke hende negativt. Isabella siger blandt andet "Så jeg tror, at der er det mig selv, jeg konkurrerer mod, og ikke alle andre." (Bilag 12, l. 538-539). Isabella har ikke et behov for at konkurrere mod andre, da hun er meget bevidst om hendes egne grænser. Og det er ikke fordi Isabella ikke sammenligner sig med andre: "Jeg sammenligner min egen data med andres data, hvor jeg ved, at vi har samme forudsætninger." (Bilag 12, l. 500-501). Isabella har derfor et klar billede af hvem hun sammenligner sig med og hvorfor hun gør det. Hun siger også "Men jeg gør det ikke, for eksempel på svøm, [...] så tror jeg faktisk, at jeg vil blive syg af det. [...] Det ved jeg, at jeg ikke kan, og det ville være fuldstændig åndssvagt at tro, jeg

kunne.” (Bilag 12, l. 502-504). I det sidste citat fremgår det tydeligt, at hun ikke sammenligner sig selv med andre på hendes svømmetider, da hun er overbevist om, at det ville gøre hende syg. Hun er derfor meget bevidst om hvor, og hvordan hun kan sammenligne sig med andre, men i sidste ende er det heller ikke andre det handler om, for det er hende selv hun konkurrerer mod. Det, som Isabella beskriver her, er en af de negative konsekvenser, man kan se i teknologiens indvirkning på sport, som jeg fremstillede ved Folkvord et al. (2021) i mit litteraturreview – her beskrev de, at der potentielt kan opstå psykologiske konsekvenser ved self-tracking. Og det er netop det, som Isabella prøver at undgå ved ikke at sammenligne sig selv med andre på dette specifikke træningspunkt.

Også Carolina er bevidst om, at hun gør det for sig selv:

“[...] the thing I like the most about Strava, this is very egocentric I guess, but it's [...] scrolling my own feed and seeing that six months ago I was doing 15k for the first time and I have this pace and now I'm doing a half marathon every weekend. So even if I have a bad workout and sometimes I feel like ‘oh like this is gonna be posted on Strava’ and it's not nice, it's always something that I know I will look at after and be like okay that was good progress [...]” (Bilag 11, l. 131-137).

Carolinas motivation ligger altså i at se hendes egen fremgang og ikke at konkurrere mod nogen andre. Hun siger også “I'm training for a marathon at the same time as another friend [...] so I kind of compare our data [...]. I do compare, but like not in a bad way.” (Bilag 11, l. 448-451). Her beskriver Carolina, ligesom Isabella, at når hun endelig sammenligner med nogen, så gør hun det med nogen, hvor det giver mening, så hun ikke sammenligner på en dårlig måde, men gør det på en god måde.

Affordancen visibility kan altså ses på forskellige måder på Strava. Brugeren har nemlig mulighed for at forme sin egen synlighed på mediet, men har også mulighed for at se andres præstationer på mediet gennem segmenter. Synligheden er derfor en tovejsfunktion, der både går mellem brugerne og mellem brugeren og appen. Det ses også hos mine informanter, at denne synlighed kan være med til at motivere for at præstere mere, men det viser også, at det ikke er alle, der benytter sig af denne form for træning, da synligheden mellem brugere kan have en negativ effekt, hvis ikke brugeren er bevidst om det.

Delkonklusion

Stravas teknologiske affordances viser, hvordan appens funktioner skaber muligheder for brugerens træningspraksis. Med udgangspunkt i Treem & Leonardi's fire affordances er det tydeligt, hvordan Strava både understøtter sociale forbindelser (association), brugernes fortælling om deres træning (editability), lagring og tilgængeliggørelse af data over tid (persistence) samt synlighed og selvrepræsentation (visibility).

Disse teknologiske affordances bliver medierende aktører, som påvirker måden brugerne tænker, føler og handler på i deres træningspraksis. Appen bliver en platform, hvor træningsdata får værdi gennem deling, hvor historier formes og formidles, og hvor synlighed kan motivere – men også presse. Brugernes adfærd viser, at Strava anvendes som en aktiv medskab af identitet, fællesskab og præstationsforståelse. Dermed bliver affordances ikke kun tekniske muligheder men sociale handlinger, der er integreret i både det enkelte individs praksis og i den fælles kultur, der udspiller sig på platformen.

Del 10: Hvad Strava betyder, når det forsvinder

I mine samtaler med mine informanter afsluttede jeg dem alle med det samme spørgsmål: Hvad ville det gøre ved dig, hvis ikke du kunne bruge Strava i din hverdag? Hertil svarede de alle sammen, at de ville være kede af ikke at kunne bruge Strava, og at de ville prøve at finde alternativer til appen.

Jeg stillede dem spørgsmålet, da jeg forinden mine interviews, havde udført min autoetnografiske empiriindsamling. Og som et led i den metode, valgte jeg en enkelt uge at slette Strava fra min telefon, for at se hvordan det påvirkede mig i min træning og uden for min træning. Det kan ses som en måde at eksperimentere på i autoetnografien, og selve praksissen fungerer som en afmedialisering. Jeg undersøgte altså hvad fraværet af platformen gjorde ved min oplevelse af elementer som præstation, motivation og social forbundethed. Det skal dog siges, at jeg i denne periode stadig trackede min træning gennem tredjeparter, og der er derfor tale om en delvis og ikke fuldstændig afmedialisering. De nedstående eksempler er desuden et bevis på, hvad autoetnografien kan – åbne et forskningsfelt op med indsigt helt ind i individets tanker, følelser og betragtninger.

I mine første betragtninger, efter jeg slettede Strava på min telefon, og jeg havde trænet siger jeg følgende:

”[...] det plejer at være noget, jeg allerede gør, når jeg har været oppe at svømme at tænke på, hvordan jeg havde klaret det eller hvad tiden var. Så på den måde var det virkelig dejligt (red. at undvære Strava), [...] men jeg har også indtryk af, at jeg faktisk lavede en rigtig nice session. Jeg svømmede langt og jeg svømmede forholdsvis hurtigt. Så jeg kan også godt være lidt ærgerlig over at det er sådan en træning der ikke bliver postet på Strava. Fordi det var gode data, hvis man kan sige det på den måde.” (Bilag 16, l. 884-893).

I det ovenstående citat fremgår det, at jeg er blevet vant til at kunne dele mine gode præstationer med andre. Det indikerer at Strava er blevet en platform, hvor jeg kan iscenesætte min egen præstation overfor andre. I mit afmedialiseringseksperiment er der dog ingen at dele træningen med, hvilket betyder, at jeg præsterer uden et publikum – uden modtagere. Det indikerer, at der opstår en form for meningsløshed, når træningen ingen synlighed har. Det peger også på, at elementet af synlighed på Strava er blevet en integreret del af min træningspraksis, og er noget, som normalt giver mening til min træning. Frandsen (2020) argumenterer for, at sociale reaktioner – i dette tilfælde kudos og kommentarer – er med til at lade brugeren vide, at deres træning er blevet set, hvilket gør den social meningsfuld. Det er netop dette, som jeg mangler, og derfor bliver min træning social meningsløs.

I min betragtninger fra senere på ugen, ser jeg også et tab af fællesskab:

”Jeg har dog lagt mærke til, at jeg tager mig selv i flere gange mellem dagen, gerne vil jeg tjekke Strava, og jeg kan mærke, at det, der er sværest ved ikke at have Strava lige nu, det er, at jeg ikke føler, at jeg kan følge med i mine venners liv, for jeg elsker at se, hvad de laver, [...]. Jeg føler, at jeg er helt distanceret fra deres liv. Jeg har også lige skrevet til min veninde og spurgt, om hun har trænet i dag, og hun grinede af mig [...]. Jeg får ikke det der behov for at se, hvordan mine venner dyrker sport opfyldt. Og det er jo nok noget, jeg har bygget op ved at være på Strava så meget. Men ja, det jeg savner, er ligesom at se, hvad de laver i deres hverdag, og sådan, ja, det er hyggeligt at se, [...] og det troede jeg faktisk ikke var det, jeg ville komme, altså, det troede jeg ville være det nemmeste ved ikke at have Strava.” (Bilag 16, l. 901-914).

I det ovenstående citat fylder det enormt meget for mig at være distanceret fra min sociale kreds på Strava. I afmedialiseringen bliver jeg revet ud af et digitalt fællesskab, som jeg har bygget op over længere tid, og jeg udtrykker et savn til at være en del af fællesskabet. Der er altså et socialt element i min træning, som bliver medieret gennem Strava, hvor platformen på mange måder er adgangsgivende til et socialt rum. I dette rum er træning i fokus, men det rummer også andre elementer end kun træning.

Det, jeg savner, er nemlig ikke at se mine venners træningsdata, men mere de små ting, der sker i deres hverdag. Det indikerer også, at Strava er blevet en platform hvor det ikke kun handler om træningsdata, men hvor den historie der fortælles om træningen, er vigtig. Det indikerer også, at jeg også får en social mening af at se mine venners træning og give dem kudos. Og sammenholdt med min pointe om præstation uden publikum, kan det siges, at min sociale mening findes i et tovejsforhold, hvor det for mig handler om både at give kudos og modtage kudos.

Det følgende citat bygger på en nedgang i min træning, hvor jeg pådrager min selv en skade, hvilket i sig selv har en stor indvirkning på min træningspraksis og målsætning. Hertil kommer betragtninger om Strava, data og fællesskab oveni:

”[...] Jeg ved simpelthen ikke hvad det er. Og jeg har så svært ved ikke at skulle træne. [...] Og min første tanke er, ej så står min Strava stille. Og så kommer jeg i tanke om, når nej, der er alligevel ikke nogen, der ser på min Strava. Og min næste tanke er så, men det er jo lige meget, om den kommer på Strava eller ej. Fordi [...] det står i min træningsplan. Og jeg vil gerne følge planen. Så hvis ikke jeg følger planen, så ja. Så [...] konklusionen er, at Strava både er med til at, [...] lægge et pres på, at jeg skal gøre det, men samtidig så er det ikke kun Strava alene. Det er også mine egne ambitioner, og det er mig selv, der ligesom også lægger det pres på mig selv. Selvom min første tanke er, at det er Strava, så måske er Strava egentlig bare, [...] blevet et symbol på, det pres jeg selv lægger på mig selv. Så [...] nej jeg gør det ikke for Strava, jeg gør det fordi, at jeg selv presser mig selv [...]” (Bilag 16, l. 918-935).

I citatet her foregår der mange ting. For det første handler det om, at jeg i denne periode bliver skadet, og samtidig med skaden, er jeg i gang med mit afmedialiseringseksperiment. Derfor bliver der også flere lag, da jeg i mine følelsers frustration bliver tvunget til at tænke over flere ting, end hvis jeg ikke havde pådraget mig denne skade. For i øjeblikket, jeg beskriver, er det overvejelsen om jeg bør træne eller ikke bør, og hvad der får mig til at tænke sådan. Umiddelbart starter jeg med at

tænke, at det ødelægger min Strava statistik for derefter at huske, at det i den periode er lige meget. Og det er netop her, at det går op for mig, at det ikke nødvendigvis kun er Strava, der er med til at motivere og presse mig, men at det kommer indefra, da jeg også har en træningsplan, som jeg gerne vil følge og leve op til. Det indikerer også, at jeg motiveres af løb og konkurrence, hvilket måske blot er et symbol på den generation, jeg er en del af. Strava kunne nemlig berette i 2023 i deres trendrapport, at 53% af Generation Z og Millennials, blev motiveret af at sætte et mål og 43% ved at skrive sig op til et løb/konkurrence (Strava, 2024a, s. 4). Sammenholdt indikerer det altså, at der eksisterer en generel træningspraksis i de yngre generationer til at præstere.

Det er de to affordances *visibility* og *persistence*, der er i spil i det ovenstående eksempel, fordi jeg tænker på, hvordan min Strava-statistik vil se ud, og at min profil vil ”stå stille”. Samtidig drager jeg også den konklusion, at Strava blot er blevet et symbol på mit eget pres. Det indikerer, at jeg har flere lag af motivation. Det første lag, som starter med ydre motivation på Strava; når motivationen første gang fejler, kan Strava bruges som en ekstern motivator. Men hvis motivationen også fejler til trods for dette, så er det den indre motivation, som i sidste ende er udslagsgivende for, om min træning fuldføres eller ej.

En anden interessant observation, som fyldte en del i mine noter, var observationen om, at jeg ikke fik en eneste reaktion på, at jeg ikke delte aktiviteter på Strava i den uge.

”Jeg er lige kommet tilbage fra en samling med triatlon klubben. Og det var rigtig, rigtig nice. Og jeg var sikker på, at der var nogle af dem, der ville spørge mig, om jeg ikke havde trænet i denne uge, eller hvorfor jeg ikke var på Strava, eller noget som helst. Men det var der ingen af dem, der havde lagt mærke til. Ikke engang hende, Sophia, [...] som er gået hen og blevet en god veninde også. Så jeg måtte spørge hende, ”har du ikke set, at jeg ikke har været på Strava?” Og så var hun sådan, nej. [...] Og min konklusion på det hele er, at vi bare alle sammen er meget caught up in our own world. Og tror, at alle andre lægger mærke til meget mere, end vi gør. Så folk er ligeglade med, hvad vi laver.” (Bilag 16, l. 965-974).

I citatet fremgår det, at jeg i et specifikt tilfælde er sammen med mit træningsfællesskab i virkeligheden. Et fællesskab som jeg også er digitalt sammen med gennem Strava under normale omstændigheder. Men skuffelsen over, at ingen havde opdaget, at jeg ikke delte min træning på Strava gjorde, at jeg selv måtte sige det højt. Det indikerer, at Strava skaber en forventning om, at dem, der følger en, faktisk følger en. Altså, forventningen om at blive fulgt – men som måske ikke svarer til

realiteten. Igen betyder det, at det publikum, eller de modtagere, man tror ser med, måske i virkeligheden ikke ser med. Det understreger i øvrigt også pointen om, at man deler sin træning for et publikum.

Men i dette tilfælde ødelægges min illusion om mit publikum, og jeg konkluderer derfor til sidst, at andre er mere ligeglade end jeg først troede. Dette har også indvirkning på min egen selvopfattelse, og afslutningen på citatet indikerer, at jeg føler mig indifferent, da andre er ligeglade med min træningspraksis. Ifølge Frandsen (2020) kan træningsapps være med til at opbygge et billede af hvordan den enkelte bruger træner, hvilket kan konstruere deres identitet. Det er i virkeligheden nok det, som jeg oplever her. Jeg har på mange måder konstrueret en identitet gennem Strava, hvilket Hjarvard (2009b) i øvrigt argumenterer for er noget, som individet tvinges til grundet niveauet af selvrefleksion i samfundet. Skuffelsen af, at ingen lægger mærke til, at min identitet er ændret, strider imod min egen identitetsbevidsthed, hvilket gør, at jeg tvivler og netop føler denne form for indifferens fra andre.

Mine observationer fra mit afmedialiseringseksperiment viser tydelige spor af, at jeg kan defineres som det andrestyrede menneske (Hjarvard, 2009b), hvilket er en karakter, der har en diffus angst for ikke at blive anerkendt og elsket af sine medmennesker. Et karaktertræk, der er essentielt for denne karakter, er nemlig, at selvværd og opførsel reguleres af anerkendelse. Samtidig skabes denne karakter gennem social interaktion. Med disse to elementer fjernet fra min træningspraksis, er det tydeligt jeg tvivler på mig selv. Både i forhold til den meningsløshed jeg mangler i form af at give og få anerkendelse gennem kudos, samtidig med skuffelsen over, at ingen opdagede mit fravær på Strava. Dette kan i sidste ende få konsekvenser for mit eget selvværd, da værdsættelse af præstationer i den sociale sfære, er en vigtig form for anerkendelse til at skabe selvværd.

Delkonklusion

Afmedialiseringseksperimentet gav mig ikke blot personligt stof til eftertanke, men åbnede også metodisk op for en dybere indsigt i betydningen af både brugen og fraværet af Strava. Eksperimentet har synliggjort, hvordan Stravas affordances – som synlighed, persistence og association – ikke blot fungerer som teknologiske funktioner, men integrerede elementer i min træningspraksis. De påvirker min selvopfattelse, motivation og adfærd, og understreger, hvordan platformen former mine valg og handlinger. Set i et bredere medialiseringsspektiv er Strava dermed ikke blot et supple-

ment til træningen, men en medskaber af mening og identitet. Træningen er blevet medialiseret, og Strava er i dag en uundværlig del af min praksis.

Konklusion

Strava viser sig at være langt mere end en simpel træningsapp. Det er en platform, hvor teknologi, kultur og identitet smelter sammen i en medialiseret praksis. På overfladen understøtter appen træning og præstationsmåling, men i praksis bliver Strava et socialt og kulturelt fænomen, hvor interaktion, anerkendelse og synlighed bliver centrale drivkræfter.

Funktioner som kudos, kommentarer og beskrivelser muliggør ikke kun kontakt mellem brugere – de skaber og opretholder sociale bånd og digitale fællesskaber. En del af de samtaler, man før havde ansigt til ansigt, foregår nu online. Men et perspektiv er dog også, at Strava netop fordrer disse samtaler, da platformen tilbyder et rum for samtalen om sport. Strava tilbyder altså et særligt rum, hvor individet både kan udtrykke sig selv og være en del af noget. Reaktioner som kudos og kommentering bliver ikke kun givet for den sportslige præstation, men for den samlede historie, som brugeren fortæller om træningen. Der eksisterer samtidig små fællesskaber på Strava, som adskiller sig fra andre sociale medier. Og for nogen hersker ideen om, at man er mere forpligtet til sit fællesskab på Strava, end man er på andre medier.

De teknologiske affordances – visibility, persistence, association og editability medskaber ikke blot data, men former fortællinger og forestillinger om både individet selv og andre. Affordances bliver derfor funktioner, der præger brugerens oplevelse af træning, præstation og fællesskab. For nogle skaber de motivation og refleksion; for andre pres og selvbevidsthed. I begge tilfælde fungerer Strava som identitetsskabende, og forbinder træningspraksis, data og den sociale verden. Den vigtigste affordance for brugerne er persistence, som muliggør, at brugerne kan holde et overblik over deres data over tid. Det gør Strava til et bibliotek over personlige data, og også til en træningsassistent, brugeren altid kan have ved hånden.

Afmedialiseringseksperimentet viste, at fraværet af Strava gør noget ved både den individuelle oplevelse og den sociale forbundethed. Det bliver tydeligt, at Strava – gennem sin datavisualisering, deling og sociale feedback – ikke bare understøtter træningen, men bliver en integreret del af den.

Samfundet, som det er lige nu, er præget af teknologisering og digitalisering. Det, har fremherskende indflydelse på samfundets træningspraksis, hvilket ses afspejlet i de erfaringer brugerne

del. Der bliver bevidnet om en træningspraksis, som er præget af flere teknologier og medier – en direkte ændring i den måde man træner på set i forhold til tiden før teknologien. Det er dog ikke nødvendigvis uautentisk at åbne sin praksis op for disse teknologier, da autenticiteten i dag findes et sted mellem det medierede og medierede.

Set i et større perspektiv bliver Strava dermed også en nøgle til at forstå bredere kulturelle tendenser: Hvordan vi dyrker sport, hvordan vi skaber mening, og hvordan vi iscenesætter os selv i et digitalt samfund, hvor performance, fællesskab og selvfremstilling spiller sammen.

Specialet efterlader mig dog også med nogle spørgsmål, for hvis Strava er et produkt – hvad er det så egentlig, brugerne køber? Er det data, fællesskab, anerkendelse – eller er det en identitet i den medialiserede sportspraksis?

Litteraturliste

- Adams, T. E., Holman, J. S., & Ellis, C. (2014). *Autoethnography*. Oxford University Press, Incorporated. (s. 1-67).
- Baarts, C. (2020). Autoetnografi. I *Kvalitative metoder* (3. udgave, s. 203–216). Hans Reitzels Forlag.
- Barratt, P. (2016). Healthy competition: A qualitative study investigating persuasive technologies and the gamification of cycling. *Health & Place*, 46, 328–336.
<https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2016.09.009>
- Biro, A. (2024). Gamification, GenAI and Reinforcement Learning as Motivational Assets in Performance Sports. *2024 IEEE 18th International Symposium on Applied Computational Intelligence and Informatics (SACI)*, 000315–000320.
<https://doi.org/10.1109/SACI60582.2024.10619802>
- Bitrián, P., Buil, I., & Catalán, S. (2020). Gamification in sport apps: the determinants of users' motivation. *European Journal of Management and Business Economics*, 29(3), 365–381.
<https://doi.org/10.1108/ejmbe-09-2019-0163>
- Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2020). *Kvalitative metoder: en grundbog* (3. udgave, s. 15–29, 33–63, 657–670). Hans Reitzels Forlag.
- Bryman, A. (2016). *Social research methods*. Oxford University Press.
- Burr, V. (1995). Introduction. I *An Introduction to Social Constructionism* (s. 1–16). Routledge.
- Busch, L., Schücker, L., Utesch, T., & Strauss, B. (2021). Risk and trust in Self-Tracking via fitness apps. I *Springer eBooks* (pp. 253–271). https://doi.org/10.1007/978-3-030-72945-5_13
- Couldry, N. & Hepp, A. (2013). Conceptualising mediatization: Contexts, traditions, arguments. *Communication Theory*, 23 (3), s. 191-202, <https://doi.org/10.1111/comt.12019>
- Couture, J. (2020). Reflections from the 'Strava-sphere': Kudos, community, and (self-)surveillance on a social network for athletes. *Qualitative Research in Sport Exercise and Health*, 13(1), 184–200. <https://doi.org/10.1080/2159676x.2020.1836514>
- Esmark, A., Laustsen, C. B., Åkerstrøm, N. A. (2005). Socialkonstruktivistiske analysestrategier - en introduktion. I *Socialkonstruktivistiske analysestrategier*. Roskilde Universitets Forlag. S. 13-26
- Esmonde, K. (2019). Training, tracking, and traversing: digital materiality and the production of bodies and/in space in runners' fitness tracking practices. *Leisure Studies*, 38(6), 804–817.
<https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1661506>

- Fiedler, R., Heidari, J., Birnkraut, T., & Kellmann, M. (2023). Digital media and mental health in adolescent athletes. *Psychology of Sport and Exercise*, 67, 102421. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2023.102421>
- Flyvbjerg, B. (2020). Fem misforståelser om casestudiet. I *Kvalitative metoder* (3. udgave, s. 621–656). Hans Reitzels Forlag.
- Folkvord, F., Van Breugel, A., De Haan, S., De Wolf, M., De Boer, M., & Vanden Abeele, M. (2021). A protocol study to establish psychological outcomes from the use of wearables for health and fitness monitoring. *Frontiers in Digital Health*, 3. <https://doi.org/10.3389/fdgth.2021.708159>
- Frandsen, K. (2020). *Sport and mediatization*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429321429>
- Frühauf, A., Loinger, M., & Kopp, M. (2025). Adventure sports athletes on social media: potential effects on adolescents' sports participation and risk-taking behavior. *German Journal of Exercise and Sport Research*. <https://doi.org/10.1007/s12662-024-01010-z>
- Frühauf, A., Roth, M., Rausch, L., & Kopp, M. (2024). Fitspiration—Inspiration or threat for adolescent girls? A qualitative investigation on fitness-related social media content and physical education. *Children & Society*, 38(6), 2089–2106. <https://doi.org/10.1111/chso.12879>
- Gaudet, S., & Robert, D. (2018). Preparing for analysis and validity requirements. I *A journey through qualitative research: from design to reporting* (s. 138–151). SAGE Publications Ltd, <https://doi.org/10.4135/9781529716733.n6>
- Gordon, K. (2024). Toward a full embrace of Goffman's dramaturgy within self-presentation analyses. I *Social Media in Sport: Evidence-Based Perspectives* (1. udgave, s. 163–176). Routledge. https://www.researchgate.net/publication/376450966_Toward_a_full_embrace_of_Goffman's_dramaturgy_within_self-presentation_analyses
- Guo, J. (2022). Influencing factors of college students' use of sports apps in mandatory situations: based on UTAUT and SDT. *BioMed Research International*, 2022(1). <https://doi.org/10.1155/2022/9378860>
- Gute, D., Schlögl, S., & Groth, A. (2022). Keep on Running! an analysis of running tracking application features and their potential impact on recreational runner's intrinsic motivation. I *Lecture notes in computer science* (pp. 359–373). https://doi.org/10.1007/978-3-031-05412-9_25
- Hjarvard, S. (2009a). Samfundets medialisering. En teori om mediernes forandring af samfund og kultur. *Nordicom-Information*, 31(1–2), s. 5–35.
- Hjarvard, S. (2009b). Soft Individualism: Media and the Changing Social Character. I *Mediatization: Concept, changes, consequences* (s. 159–178). Peter Lang Publishing.

- Hughes, K. L. (2021). 'Speaking the Data': Renegotiating the Digitally-Mediated Body through performative embodied praxis, sound and rhythmic affect. *Culture Studies ↔ Critical Methodologies*, 21(5), 372–380. <https://doi.org/10.1177/15327086211027501>
- Hurley, O. A. (2018). *Sport Cyberpsychology*. Routledge.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology* (Oxford), 35(2), s. 441–456. <https://doi.org/10.1177/S0038038501000219>
- Kim, H. (2024). Fitness self-presentations on social media and the impact of social support on physical activities. *Journal of Health Psychology*, 29(11), 1281–1297. <https://doi.org/10.1177/13591053241233370>
- Kjærbeck, S. (2014). Kvalitative interviews. Om at få indblik i målgruppers holdninger, erfaringer og adfærd. I *Organisationskommunikation - Teori og cases om tekst og tale*. Samfundslitteratur. (s. 155-180).
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2021). Modality and validity: Designing models of reality. I *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (3. udgave). Routledge. (s. 149-178). <https://doi.org/10.4324/9781003099857>
- Laser, S. (2022). Verausgabung auf „Strava“ und mit „Powermeter“: über technologisch vermittelte Selbstbewertung beim Radsport und eine energiesoziologische Perspektive. *Österreichische Zeitschrift Für Soziologie*, 47(3), 319–332. <https://doi.org/10.1007/s11614-022-00497-w>
- Li, J., Liu, X., Ma, L., & Zhang, W. (2018). Users' intention to continue using social fitness-tracking apps: expectation confirmation theory and social comparison theory perspective. *Informatics for Health and Social Care*, 44(3), 298–312. <https://doi.org/10.1080/17538157.2018.1434179>
- Lynggaard, K. (2020). Dokumentanalyse. I *Kvalitative metoder* (3. udgave, s. 185–202). Hans Reitzels Forlag.
- Maltseva, K., & Lutz, C. (2017). A quantum of self: A study of self-quantification and self-disclosure. *Computers in Human Behavior*, 81, 102–114. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.006>
- Merriam-Webster Dictionary. (u.å.). Kudos. På Merriam-Webster Dictionary. Tilgæet den 23. maj, 2025, fra <https://www.merriam-webster.com/dictionary/kudos>
- Pacewicz, C. E., & Mellano, K. T. (2024). The toll of the scroll: A path toward burnout. *Psychology of Sport and Exercise*, 74, 102681. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2024.102681>
- Pahuus, M. (2014). Hermeneutik. I *Humanistisk videnskabsteori*. (3. udgave, 1. oplag, s. 223–264).

- Rapp, A., & Tirabeni, L. (2018). Personal Informatics for sport. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, 25(3), 1–30. <https://doi.org/10.1145/3196829>
- Rapp, A., & Tirabeni, L. (2020). Self-tracking while doing sport: Comfort, motivation, attention and lifestyle of athletes using personal informatics tools. *International Journal of Human-Computer Studies*, 140, 102434. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2020.102434>
- Rivers, D. J. (2019). Strava as a discursive field of practice: Technological affordances and mediated cycling motivations. *Discourse Context & Media*, 34, 100345. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2019.100345>
- Russell, H. C., Potts, C., & Nelson, E. (2022). “If It’s not on Strava it Didn’t Happen”: Perceived Psychosocial Implications of Strava use in Collegiate Club Runners. *Recreational Sports Journal*, 47(1), 15–25. <https://doi.org/10.1177/15588661221148170>
- Schmidt, L.K. (2014). Gadamer’s theory of hermeneutic experience. I *Understanding Hermeneutics*. Taylor & Francis Group, s. 92-109).
- Schoeppe, S., Salmon, J., Williams, S. L., Power, D., Alley, S., Rebar, A. L., Hayman, M., Duncan, M. J., & Vandelanotte, C. (2020). Effects of an Activity Tracker and app intervention to Increase Physical Activity in Whole Families—The Step It Up Family Feasibility Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 7655. <https://doi.org/10.3390/ijerph17207655>
- Schulz, W. (2004). Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication*, 19(1), 87–101. <https://doi.org/10.1177/0267323104040696>
- Seale, C. (2012). Sampling. I *Researching Society and Culture*. London: Sage Publications. (s. 134-152).
- Smith, W. R. (2015). Communication, sportsmanship, and negotiating ethical conduct on the digital playing field. *Communication & Sport*, 5(2), 160–185. <https://doi.org/10.1177/2167479515600199>
- Smith, W. R., & Treem, J. (2016). Striving to be king of mobile mountains: communication and organizing through digital fitness technology. *Communication Studies*, 68(2), 135–151. <https://doi.org/10.1080/10510974.2016.1269818>
- Soulé, B., Marchant, G., & Verchère, R. (2021). Sport and fitness app uses: a review of humanities and social science perspectives. *European Journal for Sport and Society*, 19(2), 170–189. <https://doi.org/10.1080/16138171.2021.1918896>
- Spotswood, F., Shankar, A., & Piwek, L. (2020). Changing emotional engagement with running through communal self-tracking: the implications of ‘teleoaffective shaping’ for public health. *Sociology of Health & Illness*, 42(4), 772–788. <https://doi.org/10.1111/1467-9566.13057>

- Stragier, J., Evens, T., & Mechant, P. (2015). Broadcast Yourself: an exploratory study of sharing physical activity on social networking sites. *Media International Australia*, 155(1), 120–129. <https://doi.org/10.1177/1329878x1515500114>
- Strava. (u.å.). About. Strava Press. Tilgået den 23. maj, 2025, fra <https://press.strava.com/about>
- Strava. (2023). What is kudos. Strava Support. Tilgået den 23. maj, 2025, fra <https://support.strava.com/hc/en-us/articles/216918397-What-is-Kudos>
- Strava. (2024a). *Year in Sport: The Trend Report 2023*. <https://press.strava.com/articles/strava-releases-year-in-sport-trend-report>
- Strava. (2024b). *Strava Year in Sport: The Trend Report 2024*. <https://press.strava.com/articles/strava-releases-annual-year-in-sport-trend>
- Treem, J. W., & Leonardi, P. M. (2012). Social media use in organizations: Exploring the affordances of visibility, editability, persistence, and association. *Communication Yearbook*, Vol. 36, s. 1–90. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2129853>
- Wanzer, C. V., Pfender, E. J., Travis, N. P., & Bleakley, A. (2024). Mapping the Field: A content analysis of marketable NCAA athletes' social Media Self-Presentation. *Communication & Sport*, 0(0), 1-19. <https://doi.org/10.1177/21674795241232404>
- Yfantidou, S., Sermpezis, P., & Vakali, A. (2023). 14 Years of Self-Tracking Technology for MHealth—Literature Review: Lessons Learned and the PAST SELF Framework. *ACM Transactions on Computing for Healthcare*, 4(3), 1–43. <https://doi.org/10.1145/3592621>
- Yin, R. K. (2009). Introduction. I *Case study research: Design and methods* (4. udgave s. 2–21). SAGE Publications.
- Zhang, W., Jiang, F., Zhu, Y., & Zhang, Q. (2023). Risks of passive use of social network sites in youth athletes: a moderated mediation analysis. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1219190>
- Zheng, E. L. (2021). Interpreting fitness: self-tracking with fitness apps through a postphenomenology lens. *AI & Society*, 38(6), 2255–2266. <https://doi.org/10.1007/s00146-021-01146-8>

Bilagsliste

- Bilag 1 – Godkendelse af litteraturgrundlag s. 89
- Bilag 2 – Vertikal analyse Carolina s. 89
- Bilag 3 – Vertikal analyse Isabella s. 99
- Bilag 4 – Vertikal analyse Viktor s. 112
- Bilag 5 – Vertikal analyse Søren s. 124
- Bilag 6 – Vertikal analyse Laura s. 137
- Bilag 7 – Vertikal analyse autoetnografi s. 148
- Bilag 8 – Interviewguide dansk/engelsk s. 170
- Bilag 9 – Søgestrengelitteraturreview s. 175
- Bilag 10 – Godkendt litteraturgrundlag s. 185
- Bilag 11 – Transskription af interview Carolina s. 193
- Bilag 12 – Transskription af interview Isabella s. 206
- Bilag 13 – Transskription af interview Viktor s. 225
- Bilag 14 – Transskription af interview Søren s. 237
- Bilag 15 – Transskription af interview Laura s. 256
- Bilag 16 – Autoetnografisk empiri s. 271
- Bilag 17 – Horisontal analyse s. 307