

Moderskabet på Instagram

En undersøgelse af moderskabspraksisser på Instagram



AALBORG
UNIVERSITET



AALBORG UNIVERSITY
STUDENT REPORT

Titelblad

Uddannelsessted: Aalborg Universitet 2025

Studieretning: Kommunikation, kandidat, 4. semester

Projekttitel: Moderskabet på Instagram

Gruppemedlemmer:

Sofia Marie Maul Pedersen..... Elev nr: 20182789

Indira Kantarevic..... Elev nr: 20194315

Vejleder: Maria Hvid Bech Dille

Afleveringsdato: 02.06.2025

Opgavens omfang:

Antal totalsider: 115,44

Antal tegn: 277.064

Antal bilag: 9

Indholdsfortegnelse

Forord	1
Abstract.....	2
Læsevejledning.....	3
Indledning	4
<i>Problemformulering</i>	5
<i>Moderskabet i en digital kontekst</i>	6
<i>Instagram</i>	7
Case beskrivelse.....	8
<i>Julie Elgaard</i>	9
<i>Nanna Liljekvist</i>	10
Litteraturreview	11
<i>Metodiske overvejelser</i>	11
<i>Søgeproces</i>	12
<i>Præsentation af temaerne</i>	13
Moderskabet på sociale medier.....	13
Influencere.....	14
Autencitet	16
Selvpræsentation	16
Metode	17
<i>Kvalitativ tilgang</i>	17
<i>Datagrundlag</i>	18
<i>Fokusgruppeinterview</i>	18
Udfordringer ved fokusgruppeinterview	20
Databehandling af fokusgruppeinterviews	21
<i>Internetetnografi</i>	21
<i>Tematisk analyse</i>	24
<i>AI</i>	27
Videnskabsteoretisk ramme	27
Teori.....	29
<i>Diskurspsykologi</i>	29
<i>Multimodal analyse</i>	30
<i>Æstetik</i>	35

Humor teori	38
<i>Erving Goffman</i>	39
<i>Autenticitetsbegrebet</i>	42
<i>Digital Identity - Vincent Miller</i>	45
Analysestrategi	49
Analyse.....	51
<i>Analysedel 1 - Identifikation af multimodale diskurser</i>	51
Nanna Liljekvist.....	51
Julie Elgaard	89
<i>Analysedel 2 - Identifikation af digitale Identiteter</i>	109
Nanna Liljekvist.....	109
Julie Elgaard	120
<i>Analysedel 3 - Moderskabets potentialer og mulige begrænsninger i en digital kontekst for nuværende moderskabspraksisser</i>	132
Konklusion.....	142
Kritik af eget forskning	144
Litteraturliste	146
Bilag – oversigt	152

Forord

Dette speciale er udarbejdet af Indira Kantarevic og Sofia Maul på kandidatuddannelsen Kommunikation på Aalborg Universitet, Aalborg Forår 2025.

En særlig tak til vores vejleder, Maria Hvid Bech Dille, for hendes faglige indsigt, konstruktive sparring og det gode samarbejde.

Abstract

In an era where social media platforms play a central role in everyday life, motherhood is increasingly constructed, negotiated, and performed in digital spaces. This thesis investigates how the concept of motherhood is communicated and shaped on Instagram, focusing on two Danish influencers, Nanna Liljekvist and Julie Elgaard. Drawing on a discourse psychological and multimodal analytical framework, we examine how visual, textual, and emotional expressions contribute to the construction of maternal identities and practices in a contemporary digital context.

Our analysis is structured in three interconnected parts. First, we identify the multimodal discourses through which motherhood is constructed in Instagram posts, combining images, captions, and comment sections. Second, we explore how these discourses relate to the formation of specific digital identities, such as the relatable, vulnerable, aesthetic, or materialistic mother, and how these identities are strategically curated in response to platform logics and audience expectations. Third, we include focus group interviews to investigate how real-life mothers engage with and are affected by these digital representations, offering insights into how online maternal ideals influence everyday maternal practices and self-perceptions.

By integrating analysis of influencer content with recipient perspectives and previous research, this thesis demonstrates how Instagram functions not only as a space for personal expression but also as a powerful site for shaping discourses around motherhood and digital identity. Our findings highlight the performative and mediated nature of authenticity on social media, as well as the ambivalence between empowerment and pressure in the digital negotiation of “motherhood”.

Læsevejledning

Det følgende afsnit vil give et overblik over specialets struktur. Vi vil opfordre læseren til at læse specialet i kronologisk rækkefølge for at få den rette forståelse af specialet. Den første del af specialet rummer en indledning, problemformulering samt casebeskrivelse. Herefter præsenteres projektets litteraturreview og metodiske del samt en beskrivelse af, hvordan vi har arbejdet med dette speciale. Herefter præsenteres den teori, der danner det teoretiske grundlag for specialets analyse. Efterfølgende præsenteres analysen, som er delt op i tre dele; Identifikation af multimodale diskurser, identifikation af digitale identiteter og moderskabets potentialer og mulige begrænsninger i en digital kontekst for nuværende moderskabspraksisser. Hvert analyseafsnit indledes med en kort introduktion, der præsenterer afsnittets fokus. Vi anbefaler derfor, at læseren orienterer sig i den indledende introduktion til den pågældende analyse, før selve analysen læses. Der tilhører en delkonklusion til hvert analyseafsnit, som opsummerer de centrale pointer i analysen. Til sidst vil en konklusion fremgå efterfulgt af en litteraturliste samt bilag.

Vi ønsker dig god læselyst!

Indledning

I takt med de sociale mediers voksende rolle i menneskers hverdag, er også forestillinger og praksisser omkring moderskab under forandring. På sociale medie platforme som Instagram udstilles og forhandles moderskabet ikke blot gennem tekst og billede, men gennem komplekse multimodale udtryk, hvor følelser, værdier, æstetik og identitet konstrueres og deles i et digitalt offentligt rum. Her bliver influencere som Julie Elgaard og Nanna Liljekvist ikke kun afsendere af personlige fortællinger, men aktive medskabere af normative og emotionelle rammer for, hvordan moderskabet kan se ud i en digital nutid.

Formålet med dette speciale er at undersøge, hvordan moderskab konstrueres og formidles på Instagram, samt hvordan disse konstruktioner influerer på nutidige moderskabspraksisser. Med afsæt i en diskurspsykologisk og multimodal tilgang undersøger vi, hvordan særlige multimodale moderskabsdiskurser og identiteter formes gennem samspillet mellem visuelle, tekstuelle og sociale elementer på de udvalgte influencers profiler. I forlængelse heraf belyser vi, hvordan disse digitale moderskabskonstruktioner potentielt influerer modtageres opfattelser, selvforståelser og praksisser i deres egne liv.

Specialets analyse er struktureret i tre komplementære dele: Først identificerer vi de diskurser, der konstruerer moderskab gennem multimodale opslag, og kortlægger, hvordan disse multimodale diskurser trækker på bestemte sociale og kulturelle betydningssystemer. Dernæst analyserer vi, hvordan disse multimodale diskurser er med til at forme digitale identiteter, særligt med fokus på de emotionelle og æstetiske udtryk, som knytter sig til moderskabet i influencerkulturen. Afslutningsvist inddrager vi fokusgruppeinterviews for at udforske, hvordan nuværende mødre forholder sig til disse digitale konstruktioner, og hvordan de kan være med til at forme deres egne konstruktioner og praksisser som mødre.

Ved at kombinere analyse af influencer indhold med modtagerperspektiv og eksisterende forskning, søger specialet at bidrage til en dybere forståelse af, hvordan digitale platforme ikke blot afspejler, men aktivt former samtidens moderskabsdiskurser og identitetsdannelser. Vores problemformulering lyder derfor som følgende:

Problemformulering

På hvilken måde konstrueres moderskabet på Instagram og hvordan influerer det på nuværende moderskabspraksisser.

Denne problemstilling undersøges gennem følgende arbejdsspørgsmål;

Arbejdsspørgsmål

1. Hvilke moderskabsudtryk konstrueres multimodalt og diskursivt via udvalgte Instagram opslag og i udvalgte kommentarer i kommentarspor fra influencer Julie Elgaard og Nanna Liljekvist.
2. Hvordan kan disse moderskabsudtryk være medvirkende til at danne særlige digitale identiteter.
3. Hvilke potentialer og mulige begrænsninger skaber influencers konstruktion af moderskabet for nutidige moderskabspraksisser og forståelser.

Dette speciale er struktureret således, at vores undersøgelse er udledt af socialkonstruktivismen, som uddybes senere i opgaven, og dermed er vores valg af teorier og metoder funderet i denne tilgang. Med den kvalitative metode får vi viden om sociale processer og helheder med fokus på kompleksiteten af vores problemformulering. Med den kvalitative metode in mente, har vi udvalgt diskurspsykologien, i det vi kan undersøge og forstå den mening, som grupper eller individer tilskriver vores problemfelt. Med vores casestudie går vi i dybden med dataindsamling og analyse, hvor vi vil forstå nuancer og kompleksitet i vores problemformulering. Gennem fokusgruppeinterviewene har vi indsamlet relevant empiri fra nuværende mødre, som aktivt bruger Instagram. Dette har gjort det muligt for os at opnå en dybdegående og analytisk forståelse ved hjælp af vores

multimodale analyseværktøj samt diskurspsykologiske tilgang, hvor vi undersøger, hvordan diskurser er med til at konstruere virkeligheden, og hvilke sociale konsekvenser disse konstruktioner kan have.

Moderskabet i en digital kontekst

I det senmoderne samfund har de sociale medier, og særligt Instagram, indtaget en central rolle i menneskers hverdagsliv og deres selvfremstilling. Moderskabet er i høj grad blevet et synligt og kurateret fænomen på det sociale medie Instagram, hvor mødre deler deres hverdagsliv og oplevelser i moderskabet i billeder og fortællinger, som er med til både at forme og influere omverdenens opfattelse af, hvad det vil sige at være mor i dag. I denne kontekst fungerer et medie som Instagram som en digital scene, hvor mødre kuraterer billeder og opslag ofte med det formål at fremvise deres liv som mor. Det ses ofte, at der i disse opslag er fokus på selvfremstilling og æstetik, hvilket kan være med til at forme de idealer, der præger opfattelsen af moderskabet i det senmoderne samfund. På Instagram er moderskabet blevet et fænomen, hvor især momfluencers, influencere med tusindvis af følgere har bygget deres brand på at dele ud af deres erfaringer og oplevelser i moderskabet. Disse momfluencere deler forskellige perspektiver af moderskabet, hvor nogle fremviser en romantiseret udgave af moderskabet, mens andre forsøger at bryde med dette glansbillede. En fællesnævner for dem alle er dog, at moderskabet i det senmoderne samfund ikke kun udfoldes privat, men nu også iscenesættes og forhandles på offentlige digitale platforme som Instagram. Momfluencers vokser hurtigt, og det kan udledes, at deres indflydelse går langt ud over de sociale medier, da de både er en vigtig ressource for virksomhederne, som ser økonomisk potentiale i et samarbejde med dem, og deres indflydelse rækker også til politikerne, som benytter disse momfluencere og deres platforme til at nå bredere ud til befolkningen (Modler, et al., 2024).

Vi har valgt at undersøge moderskabet i en digital kontekst, da vores problemformulering udspringer af en interesse for, hvordan moderskab konstrueres og forhandles i digitale rum, særligt på Instagram. Valget af emne tager afsæt i en samfunds aktuel diskussion om, hvordan sociale medier er med til at redefinere kulturelle forestillinger om moderskab. I denne sammenhæng spiller influencere en central rolle som både livsstilsikoner og

uformelle autoriteter i moderskabsdebatten. Vi finder det derfor interessant at undersøge, hvordan de bidrager til at forme normer og idealer for moderskab i det senmoderne samfund.

Instagram

I det følgende redegøres der for det sociale medie Instagram, da platformen spiller en central rolle i vores speciale.

Instagram er en digital, billedbaseret social medieplatform, som blev lanceret i 2010 af Kevin Systrom og Mike Krieger med det formål at forenkle mobilbaseret fotodeling gennem brugen af visuelle filtre og kortfattede billedtekster (Leaver, Highfield & Abidin, 2020). Appens funktionalitet appellerede hurtigt til brugere, der ønskede at dele æstetisk indhold i realtid, hvilket bidrog til platformens hastige vækst og tiltrækning af et andet socialt medie Facebook, som opkøbte tjenesten i 2012 for én milliard amerikanske dollars (Faktalink, 2021).

Siden opkøbet har Instagram udviklet sig fra et simpelt fotodelings værktøj til en kompleks kommunikationsplatform præget af mobilitet, social interaktion og visuel orientering. Leaver, Highfield og Abidin (2020) betegner disse tre karakteristika som centrale for at forstå Instagrams funktion i den bredere kontekst af visuelle mediekulturer. Den mobile dimension henviser til det faktum, at størstedelen af indholdet skabes og deles via mobilapplikationen. Det sociale aspekt fremgår i interaktionsmulighederne såsom likes, kommentarer, delinger, tags, reels og stories, som alle understøtter brugerens mulighed for at deltage i netværksbaserede fællesskaber. Endelig er det visuelle aspekt altafgørende, da alt indhold, og uanset om det er tekst, citater eller markedsføring, skal knyttes til et visuelt medie for at kunne publiceres på platformen (Leaver et al., 2020, s. 75).

På globalt plan har Instagram en stærk tilstedeværelse. Ifølge data fra Datareportal (2024) anvender over 1,3 milliarder mennesker Instagram månedligt, og i dansk kontekst viser DR Medieudviklingen, at Instagram anvendes af 38 % af befolkningen med særlig udbredelse blandt yngre brugere (DR, 2023).

For virksomheder og personlige brands udgør Instagram derfor en væsentlig kanal til at kommunikere visuelt, emotionelt og strategisk med målgrupper gennem billeder, videoer og interaktion. Platformens funktionalitet er konstant under udvikling, hvilket gør det nødvendigt at analysere og tilpasse markedsføringsstrategier i forhold til de nyeste trends og teknologiske muligheder (Statista, 2024; Leaver et al., 2020).

Case beskrivelse

Vores speciale vil tage udgangspunkt i et casestudie. Bent Flyvbjerg definerer et casestudie som en detaljeret undersøgelse af ét specifikt fænomen (Flyvbjerg, 2006, s. 220). Casestudier er dog ofte blevet kritiseret for, at det ikke er muligt at generalisere ud fra et enkelt tilfælde. Dog imødegår Flyvbjerg denne kritik ved at argumentere for, at casestudier kan give vigtig og værdifuld viden, som er dybt forankret i konteksten og essentiel for at forstå menneskelig adfærd. (Flyvbjerg, 2006, s. 221). Casestudiet er altså i overensstemmelse med det socialkonstruktivistiske afsæt, da det ikke søger generalisering, men indsigt i betydningsskabelse i en afgrænset digital kultur.

Vores casestudie sigter mod at opnå en dybdegående forståelse af, hvordan moderskabet konstrueres på Instagram, og hvordan disse konstruktioner kan influere på nuværende moderskabspraksisser. Vi analyserer moderskabets konstruktion på Instagram og undersøger gennem kvalitative fokusgruppeinterviews med mødre, hvordan disse konstruktioner influere på nuværende moderskabspraksisser. Vi håber at kunne bidrage med ny indsigt i samspillet mellem sociale medier og nutidens moderskabspraksisser.

Vi har valgt at undersøge, hvordan moderskabet konstrueres på Instagram gennem to influencere, der aktivt deler deres personlige oplevelser og erfaringer som mødre på platformen. I det følgende afsnit præsenterer vi de to udvalgte influencers og redegør for, hvorfor netop disse er valgt som cases i vores undersøgelse.

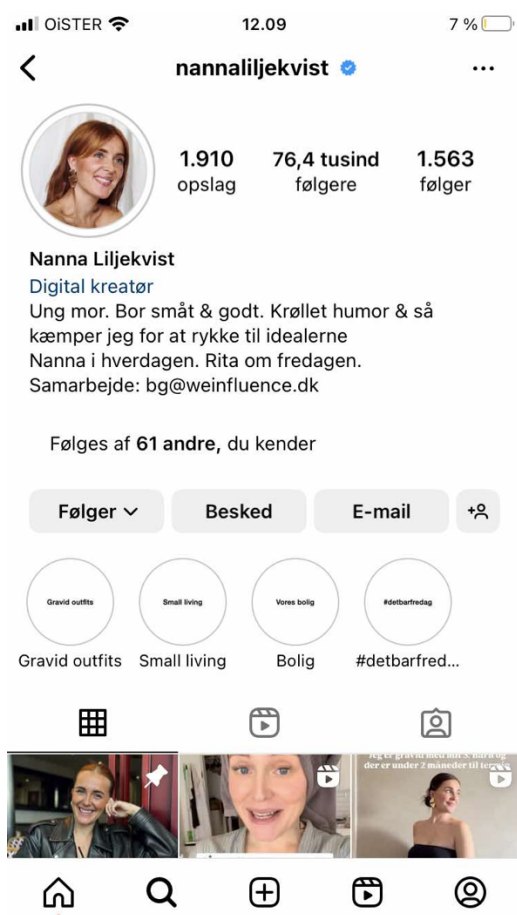
Julie Elgaard

Julie Elgaard er en 24 - årig dansk influencer med 125.000 følgere på Instagram og 46.100 følgere på TikTok, og hun kan derfor karakteriseres som en “macroinfluencer” (Campbell & Farrel, 2020). Hun er kendt for sin deltagelse i “De unge mødre” (Buhl, 2021). Hun bor med sin 12 år ældre kæreste Lasse nær Aarhus med sine to små børn og med et tredje barn på vej (Dahl, 2023). Lige nu er hun sammen med sin kæreste ved at bygge deres drømmehus, et moderne landsted, og hun giver sine følgere et indblik i byggeprocessen. Hun har opbygget en stærk tilstedeværelse på sin Instagram profil, hvor hun giver et stort indblik i sit liv som mor. Hun har en passion for mode, skønhed og livsstil og på sin profil deler hun også flittigt ud af moderskabet. Indholdet på Julies Instagram profil spænder bredt, fra personlige refleksioner om familielivet og moderskabet til modetips og tendenser, samt forskellige samarbejder med brands. Et af hendes store samarbejder er med Vibholm, hvor de sammen har skabt smykkekollektionen *Vibholm x Julie E* (Vibholm, u.å).



Nanna Liljekvist

Nanna Liljekvist er en dansk influencer og uddannet designteknolog, som med sine 76.400 følgere kan kalde sig “microinfluencer” (Campbell & Farrel, 2020). Nanna er 28 år og bor sammen med sin mand i en lille lejlighed i København med to små børn og et tredje drengebarn på vej. Hun er kendt på sin profil for at dele kropspozitive billeder af sin kvindekrop - en krop, der har båret og skabt to børn. Hun deler ud af både skæve bryster, appelsinhud og strækmærker med en mission om, at vise andre kvinder, at det er helt normalt at se sådan ud. Hendes mission om at være med til at ændre det narrativ, der er om den perfekte kvinde, har flere gange været genstand for debat i medierne (Bauerfeind & Snebjerg, 2024). Gennem humor sætter Nanna på sin profil fokus på følsomme og svære aspekter i moderskabet. Hun bruger sin platform til at tale om emner, som normalt er tabubelagte, og profilen bærer præg af, at hun bruger sig selv til at sætte fokus på emner, der udfordrer samfundets normer (Redaktionen, 2023).



Julie og Nanna er udvalgt som cases, fordi de repræsenterer to stærke og populære mødre-influencer, som begge bruger Instagram til at konstruere forskellige versioner af moderskabet. Samtidig adskiller de sig på centrale punkter i deres æstetik, præsentation og måde at henvende sig til deres følgere, hvilket gør det muligt at undersøge spændvidden i moderskabspraksisser. De fungerer dermed som strategiske cases, der ikke nødvendigvis skal repræsentere alle mødre på Instagram, men som kan synliggøre vigtige forskelle og tendenser i den måde, moderskab formidles og fortolkes digitalt. Ved at undersøge opslag og kommentarspor fra begge influencers, bliver det muligt at analysere både selvpræsentation og følger reaktioner, hvilket styrker forståelsen af, hvordan moderskab ikke blot konstrueres, men også modtages og forhandles.

Litteraturreview

I det følgende afsnit præsenteres et litteraturreview, der udforsker den allerede eksisterende forskning indenfor vores emnefelt; moderskabet på Instagram. Vi vil samtidig redegøre for de metodiske overvejelser i denne sammenhæng og beskrive søgeprocessen, der danner fundamentet for litteraturgennemgangen.

Metodiske overvejelser

En litteraturgennemgang er en systematisk metode til at indsamle og sammenfatte tidligere forskning inden for et givent emne. Denne tilgang gør det muligt at få et klart overblik over eksisterende viden, identificere centrale tendenser og påpege eventuelle mangler i den aktuelle forskning inden for det valgte forskningsspørgsmål (Snyder, 2019, s. 333). Vi har valgt at gennemføre et narrativ litteraturreview, og metoden beskrives af Wong således;

“The semi-systematic or narrative review approach is designed for topics that have been conceptualized differently and studied by various groups of researchers within diverse disciplines and that hinder a full systematic review process (Snyder, 2019, s. 335).

Formålet med et narrativt litteraturreview er at sammenfatte og give et overblik over den eksisterende forskning inden for et bestemt forskningsområde, dog uden at følge en fuldstændig systematisk tilgang (Snyder, 2019, s. 333).

Søgeproces

Den primære søgestrategi vi har anvendt i vores søgeproces for vores litteraturreview har været systematisk litteratursøgning i bestemte databaser; Primo, Google Scholar og ProQuest. Vores søgestreng viser en sammensætning af de udvalgte nøgleord, som vi har anvendt og hvordan vores fokus har udviklet sig og tilpasset sig undervejs i søgeprocessen. Søgestrengens nøgleord skal være baseret på begreber eller ord, som er relevante og direkte relateret til vores forskningsfelt, så den sikrer en fokuseret og præcis litteratursøgning, der understøtter vores problemstilling og forskningsspørgsmål (Snyder, 2019, s. 337). Vores søgestreng består af nøgleordene: "motherhood", "Instagram", "social media", "mommy", "influencer", "social comparison", "authenticity" og "self- presentation". Vi anvendte og kombinerede disse nøgleord for at opnå en bred og dækkende søgning inden for vores forskningsfelt. For at sikre en så grundig og omfattende søgning som muligt inden for vores forskningsområde, anvendte vi desuden de "Boolean operators", som Cronin (2008) beskriver. Disse inkluderer operatorerne AND, OR og NOT. Disse operatorer gjorde det muligt at kombinere søgeordene på en måde, der både udvidede og præciserede vores søgning, så vi kunne identificere relevante studier mere effektivt (Cronin, 2008, s. 40). En anden effektiv strategi til at udvide litteratursøgningen er at gennemgå referencelisterne i de allerede udvalgte artikler. Dette har været med til at identificere yderligere relevante studier, som ikke fremkom i vores oprindelige søgning (Snyder, 2019, s. 337). I alt resulterede vores søgning i 818 artikler, hvilket krævede en grundig selektionsproces for at udvælge de mest relevante artikler i forhold til vores forskningsspørgsmål. Vi gennemførte gennemgangen af artiklerne i etaper. Vi startede med at sortere artiklerne ud fra deres overskrifter for at identificere de mest relevante for vores forskningsspørgsmål. Derefter læste vi abstracts for de udvalgte artikler, hvilket gav os et klart indblik i deres indhold. Denne gennemgang gjorde det muligt at foretage en yderligere sortering (Snyder, 2019, s. 337). Vi har udvalgt i alt 19 artikler, som danner grundlag for vores litteraturreview.

Præsentation af temaerne

I det følgende afsnit vil vi præsentere vores litteraturgennemgang, og denne har vi inddelt i konkrete temaer. Denne opdeling gør det muligt at belyse de forskellige aspekter af forskningen på en struktureret måde, så vi kan fremhæve de vigtigste perspektiver inden for vores forskningsfelt.

Moderskabet på sociale medier

Wegener, D'Aprile & Plumeier (2023) beskriver, hvordan en generation af "digitale indfødte" nu bliver "digitale forældre", hvor sociale medier præger forældreskabet. Forældreskabet bliver uundgåeligt påvirket af medierne, hvilket fører til øget online tilstedeværelse, iscenesættelse af familielivet samt fremhævelse af oftest kun de positive øjeblikke i forældreskabet. Ifølge Knauf og Schramme (2023) viser nyere forskning, at opslag på de sociale medier oftest fremstiller et poleret og urealistisk billede af moderskabet. De fleste opslag af moderskabet på Instagram er præget af positive følelser og stemninger, hvor mødre og børn sammen optræder på billederne, og mødre fremstår slanke og flotte. De påpeger, at denne selvpræsentation kan bidrage til at skabe urealistiske forventninger til mødres selvbillede og opfattelse af moderskabet. De nævner ligeledes, at der i mange lande ses en tendens til at forældre bruger de sociale medier til at dokumentere deres familieliv med børn, og dette kan opfattes som selvpræsentation, hvor forældre fremhæver sig selv og deres forældreskab, en praksis der kaldes "*sharenting*". Knauf og Schramme (2023) beskriver ligeledes en strategi kaldet "*calibrated amateurism*", som går ud på at vise uredigeret indhold på de sociale medier, for at fremstå troværdig og opnå tillid hos modtagerne, hvilket også er en strategi mødre og forældre benytter sig af i et forsøg på at fremstå autentiske. På Instagram iscenesætter mødre ofte deres ønskede billede af sig selv og deres moderskab gennem opslag og billeder. Dette kan relateres til Goffmans teori om "*impression management*", der beskriver, hvordan mennesker bevidst fremstår på en måde, der skaber et ønsket indtryk hos andre. Forskning viser, at moderskab ofte præsenteres som idealiseret, stærkt og selvsikkert (Knauf & Schramme, 2023; Güzel, 2023; Gawrońska & Sikorska, 2023). Samtidig påvirker professionaliserede influencer konti repræsentationen af moderskabet online (Wegener, D'Aprile & Plumeier, 2023). Moderskabet på de sociale medier kan forstås som et kulturelt fænomen, og kommunikation om moderskabet på de sociale medier ses at have negative konsekvenser blandt mødre. Ifølge Jenna Abetz og

Julia Morre (2018) kan det, som starter med en udveksling af erfaringer mellem mødre, udvikle sig til en "mor-krig," hvor mødre konkurrerer med hinanden på sociale medier. Denne konkurrence kan føre til en transformation af fællesskabet fra en "*solidaritetssfære*" til en "*fordømmelsessfære*," hvor moderskab konstant bliver rekonstrueret og vurderet offentligt. Idealiserede opslag fra mor - influencerer udløser ofte stærke følelser af misundelse og angst hos mødre, hvilket i høj grad kan have en negativ indvirkning på mødres mentale sundhed (Kirkpatrick & Lee, 2022). Nyere forskning viser dog også, at mange mødre også oplever en positiv effekt af den sociale, følelsesmæssige og fællesskabsbaserede støtte, de får online på de sociale medier, og derved kan de sociale medier også ses som et rum for støtte og fællesskab, der kan hjælpe mødre i deres nye rolle i moderskabet (Wegener, D'Aprile & Plumeier 2023; Dewi Riyanti & Tri Astuti, 2024).

Influencere

Det at være influencer er generelt blevet ekstremt populært (Ouvrein, 2022). Ifølge Kim og Kim (2021) er influencermarketing en hurtigt voksende industri, hvor et stigende antal virksomheder bruger influencere som en del af deres markedsføringsstrategi. Brands kan ofte have udfordringer med at skabe indhold, der fanger forbrugernes opmærksomhed på sociale medier. Influencers derimod er dygtige til at lave indhold, som engagerer deres følgere, hvilket gør det lettere for indholdet at blive delt og sprede sig på tværs af sociale platforme. Influencere beskrives, som personer der tjener penge på at dele indhold på de sociale medier. Deres arbejde ligger i at skabe indhold, der engagerer deres følgere, og dette resulterer oftest i, at flere følgere kommer til (Campbell & Farrel, 2020). Ifølge Kim og Kim (2021) har influencere større troværdighed blandt brugerne sammenlignet med traditionelle reklamer, hvilket får flere brands til at vælge influencermarketing som en strategi for bedre at få forbrugernes tillid. I starten var influencere primært kendt for at underholde, men i dag fungerer de også som informationskilder inden for forskellige områder. Campbell og Farrell (2020) inddeler influencers i tre forskellige kategorier, som er inddelt på baggrund af følger antal: Macroinfluencere (100.000 - 1 million følgere), microinfluencere (10.000 - 100.000 følgere) og nanoinfluencere (max 10.000 følgere). Med sit høje antal følgere er macroinfluencere attraktive for brands, da markedsføringen hurtigt kan nå ud til mange følgere på kort tid. Microinfluencere ses være mere autentiske, hvilket kan skabe stor værdi for brands. Et tættere forhold til sine følgere ses hos nanoinfluencere, da deres følgere oftest

består af venner og bekendte. Disse influencere er oftest nye i influencer branchen, og derfor ligger de meget arbejde i deres profiler for at blive endnu større.

Moderskabet er et af de nye populære emner inden for influencer branchen. Influencer mødre deler personlige historier og erfaringer om moderskabet på de sociale medier, og de opfattes ofte som troværdige kilder til inspiration om moderskabet og forbrugerbeslutninger (Ouvrein, 2022; Holiday, 2021; Beuckels & De Jans, 2022). Influencermødre tjener i dag en betydelig indkomst fra deres "personlige brand" (Archer, 2019). Forskningen viser, at de første mor influencers i sin tid begyndte at blogge om moderskabet som en modreaktion mod den traditionelle repræsentation af det ideelle moderskab i mainstream medierne, hvor det perfekte moderskab oftest blev præsenteret. Dette med et ønske om at skabe et mere autentisk og nuanceret billede af det. Fra omkring 2007 begyndte mommy influencers at blive en kommerciel trend med sponsorerede indlæg og leve af deres arbejde som influencere. Dette førte til, at deres indhold i højere grad skulle opfylde kommercielle standarder, hvilket i mange tilfælde resulterede i et tab af autenticitet og mangfoldighed (Ouvrein, 2022). Ifølge Holiday (2021) er det afgørende, at influencermødre finder en balance mellem deres reklame af produkter og samtidig at bevare egen autenticitet. Hvis reklamen holdes mindre synligt i opslaget, kan følgerne føle sig snydt, og omvendt opfattes det mere ærligt, hvis reklamen er tydelig i tekst og billede - og dette kan være med til, at budskabet tages godt imod. Forskning viser også, at der ses en tendens til, at influencer-mødre ofte bruger deres børn i reklameindhold, hvor billeder og historier fra hverdagen gør opslagene mere autentiske og troværdige. Dette kan betegnes som "*mikro-mikrocelebrity*", hvor influencers børn selv bliver en del af forældrenes personlige brand og markedsføringsstrategi (Archer, 2019).

Ouvrein (2022) er bekymret for de langsigtede virkninger af, at mødre ofte bliver konfronteret med den idealiserede konstruktion af moderskab på sociale medier, og hvordan det påvirker deres egne opfattelser og idéer om moderskab. I denne sammenhæng præsenteres "*Social Learning Theory*", som handler om, at folk lærer ny adfærd ved at observere andre og efterligne deres adfærd (Ouvrein, 2022). Ifølge Ouvrein er det ikke mængden af tid, mødre bruger på sociale medier, der er afgørende, men derimod hvad de gør med det indhold, de ser, og om det får dem til at sammenligne sig med andre. Dette understøttes af "*Social*

Comparison Theory”, som siger, at når mennesker udsættes for information om andre, har de en tendens til at sammenligne sig selv og deres liv og bruge denne information til at bekræfte og arbejde på deres egen identitetsudvikling. Forskning viser, at denne sammenligning på de sociale medier kan betragtes som farligt, da der ses en tendens til, at influencere præsenterer sig selv bedre end i virkeligheden (Ouvrein, 2022).

Autencitet

De fleste influencere stræber efter at fremstå ægte og autentiske på de sociale medier til trods for, at deres indhold oftest er opstillet og redigeret. Influencere bruger redigering til at skabe en genkendelig stil, men for meget redigering kan få publikum til at tvivle på autenticiteten. Forskning viser dog, at selvom folk efterspørger autenticitet på de sociale medier, engagerer følgerne sig alligevel oftest i det perfekte iscenesatte indhold. Publikums ønsker og deres faktiske adfærd på sociale medier ses derfor ofte i modstrid (Maares, et al. 2021). Krelling, et al. (2022) beskriver, hvordan Instagram stories og posts influerer oplevelsen af autenticitet forskelligt. Stories skaber en større følelse af spontanitet og er oftest mindre uredigerede, hvilket gør, at følgerne ofte oplever denne konstruktion som mere autentisk. Omvendt er posts mere redigerbare, hvilket kan reducere følelsen af autenticitet. Forskning viser, at autenticitet og følelsen af et personligt forhold til influenceren er afgørende for, hvordan følgere reagerer på influencer-markedsføring. Dette understøttes af flere studier, der viser, at forbrugere er mere tilbøjelige til at stole på og engagere sig i indhold fra influencere, som fremstår ægte og troværdige (Agnihotri, et al, 2023).

Selvpræsentation

Schlosser (2020) belyser, at selvpræsentation er, når en person iscenesætter en ønskværdig version af sig selv på de sociale medier. Hun påpeger, at på de sociale medier er folk i stand til at præsentere et mere ideelt selv, da anonymitet og muligheden for at redigere og kuratere indhold giver dem kontrol over, hvordan de fremstår. Schlosser (2020) opstiller to niveauer af selvpræsentation; *“Self-disclosure”* og *“Self-presentation”*. Self - disclosure handler om at dele personlige oplysninger om sig selv på en ærlig og faktuel måde, uden at tage hensyn til, hvordan det påvirker ens offentlige selvbillede. Self - presentation er en bevidst og strategisk handling, hvor man kontrollerer information for at influere, hvordan andre opfatter en. Forskning viser, at selviscenesættelse er mere

fremtrædende end ægte selvføreløring på sociale medier, da platformens struktur og mekanismer favoriserer en strategisk tilgang til, hvordan man fremstiller sig selv (Schlosser, 2020). Zillich og Riesmeyer (2021) understreger, at selvpræsentation drejer sig om individets bestræbelser på at kontrollere, hvordan de fremstår over for andre. Instagram er en central platform for identitetspræstation. Forskning viser, at unges identitetsskabelse på Instagram formes af både interne overbevisninger og eksterne forventninger fra forskellige referencegrupper; "Proximale referencegrupper", som er venner og familie og "distale referencegrupper", som er influencere og kendisser, som fungerer som inspiration for, hvordan man kan præsentere sig selv (Zillich & Riesmeyer, 2021). Schlosser (2020) pointerer, at kommunikationen på sociale medier ofte er asynkron, hvilket betyder, at det ikke sker i realtid. Dette giver brugerne mulighed for at reflektere, redigere og revidere deres budskaber, hvilket gør online kommunikation mere bevidst og strategisk. Som følge heraf har brugere større kontrol over deres selvpræsentation og kan fremstille deres "bedste jeg" ved nøje at tilpasse det, de deler. Denne proces kan føre til en strategisk iscenesættelse af selvet for at opnå en ønsket opfattelse hos modtagerne.

Vores gennemgang af litteraturen har givet os et indblik i den allerede eksisterende forskning indenfor vores emne. Samtidig har denne viden gjort os i stand til at identificere relevante teoretiske perspektiver, som vi kan anvende i vores egen undersøgelse. Litteraturgennemgangen har dermed lagt et solidt fundament for den videre udvikling af vores forskning.

Metode

Kvalitativ tilgang

For dette speciale benytter vi et kvalitativt forskningsdesign, hvor en tematisk analytisk tilgang anvendes til at bearbejde data fra både fokusgruppeinterviews og digitale data indhentet fra Instagram. Denne metodiske tilgang muliggør en dybdegående forståelse af, hvordan moderskabet fremstilles og opleves i specifikke sociale og digitale kontekster. Vi undersøger dette ved brug af kvalitative metoder, som ifølge Bryman (2012) bidrager til at

skabe en detaljeret redegørelse for, hvad der foregår i de omgivelser, der undersøges (Bryman, 2012, s. 401). Den kvalitative tilgang giver mulighed for at indfange, hvordan noget konkret gøres, opleves, føles og udtrykkes, hvilket er centralt i forhold til specialets formål (Brinkmann & Tanggaard, 2015, s. 13).

Datagrundlag

Vi arbejder med to typer data; eksisterende materiale og selvgenereret empiri (Rapley, 2007, s. 8). Det eksisterende materiale består af opslag fra influencerne Julie Elgaard og Nanna Liljekvists Instagramprofiler, som vi analyserer for at forstå konstruktionen af moderskabet gennem disse profiler. Vores egen empiri omfatter tre kvalitative fokusgruppeinterviews, som giver en nuanceret indsigt i, hvordan moderskabets konstruktioner på Instagram kan influere nuværende moderskabspraksisser.

Til analysen udarbejder vi kodningsskemaer til både det digitale materiale og fokusgruppeinterviewene. Disse skemaer danner grundlaget for vores tematiske analyser, hvor vi undersøger mønstre og betydninger i både interviewpersonernes beskrivelser af moderskabet og i influencernes digitale konstruktioner på Instagram.

Fokusgruppeinterview

Som led i vores kvalitative datagrundlag gennemfører vi tre fokusgruppeinterviews, hver bestående af fire nuværende mødre. Formålet er at få indsigt i, hvordan interviewpersonerne oplever og forholder sig til moderskabet, som det konstrueres på Instagram generelt, samt hvordan de konkret influeres af udvalgte opslag fra Julie Elgaard og Nanna Liljekvists profiler.

Et fokusgruppeinterview er en interviewform, hvor flere interviewpersoner i fællesskab udfolder et bestemt tema eller emne - i dette tilfælde moderskabet i en digital kontekst. Interviewet giver os mulighed for at producere empiriske data ved at undersøge, hvordan interviewpersonerne interagerer med hinanden og i fællesskab diskuterer emnet (Bryman, 2012, s. 501). En fordel ved at benytte sig af et fokusgruppeinterview er, at vi via den sociale dynamik har mulighed for at få et indblik i gruppens fortolkninger, holdninger og interaktioner til emnet. At flere personer sammen udfolder et emne, giver mulighed for at spørge ind til, udfordre eller nikke genkendende til hinandens erfaringer (Halkier, 2016, s. 139). En anden

fordel er, at fokusgruppeinterviewet virker mere naturligt, da det afspejler hverdagen, hvor individet interagerer og diskuterer om emner, hvor de er nødsaget til at reflektere over deres udtalelser. Dermed har vi med fokusgruppeinterviewet mulighed for at undersøge, hvordan interviewpersonerne kollektivt forholder sig til moderskabets konstruktion på Instagram, samt hvordan denne konstruktion influerer deres egne oplevelser og praksisser som mødre (Bryman, 2012, s. 504).

Af hensyn til tid og ressourcer gennemfører vi tre fokusgruppeinterviews, da vi vurderer, at dette antal er tilstrækkeligt til at opnå en dybdegående indsigt i interviewpersonernes opfattelse af moderskabets konstruktion på Instagram generelt samt med fokus på de to udvalgte profiler (Bryman, 2012, s. 505). Derudover har det været udfordrende at rekruttere et større antal deltagere, hvilket også har været afgørende for beslutningen om at arbejde med et mindre antal fokusgrupper.

De tre fokusgrupper består af fire interviewpersoner i hver. Vi har valgt denne mindre gruppestørrelse, da vi antager, at det sikrer, at alle interviewpersoner får mulighed for at udfolde deres holdninger til emnet (Bryman, 2012, s. 507). En invitation til fokusgruppeinterviewet bliver sendt ud via e-mail, og det lykkes os at finde interviewpersoner, som ikke har kendskab til hinanden. Da interviewpersonerne ikke kender hinanden på forhånd, antager de ikke automatisk hinandens forståelser, men bliver i stedet nødt til aktivt at spørge ind til hinandens synspunkter. Derudover vil interviewpersonerne muligvis føle en større frihed til at udtale holdninger, da de ikke skal stå til ansvar for deres udtalelser efter endt interview (Halkier, 2016, s. 141). Vi tager udgangspunkt i aldersgruppen 25-35 år, da vi formoder, at denne generation har erfaringer eller holdninger til emnet, vi behandler. Derudover vurderer vi det relevant, at interviewpersonerne befinder sig i samme aldersgruppe, da vi antager, at dette vil give et mere repræsentativt og sammenhængende datagrundlag end en sammensætning med interviewpersoner fra forskellige aldersgrupper (Halkier, 2016, s. 140).

Som det fremgår af vores interviewguide (bilag 1), gør vi brug af et semistruktureret interview, hvor spørgsmålene har til formål at guide fokusgruppen gennem interviewet (Bryman, 2012, s. 511-512). Spørgsmålene omhandler dels interviewpersonernes generelle

holdninger til, hvordan moderskabet konstrueres på Instagram, og dels deres vurdering af udvalgte opslag fra Nanna og Julie, som de præsenteres for. Fokus ligger her på indholdet i opslagene frem for selve interaktionen (Halkier, 2016, s. 142). Vores spørgsmål er udformet med henblik på at fremme diskussion, så interviewpersonerne bliver opfordret til at engagere sig i dialog og udveksle synspunkter. Dette resulterer formentlig i, at vi som moderator har et lavt niveau af involvering (Bryman, 2012, s. 508). I bilag 2 findes samtykkeerklæringen, som interviewpersonerne underskrev inden fokusgruppeinterviewet, og i bilag 3, 4 og 5 findes transskriptionen af fokusgruppeinterviews.

Udfordringer ved fokusgruppeinterview

Vi vil kort fremhæve hvilke udfordringer der kan være ved et fokusgruppeinterview. Dette vil vi gøre ud fra Mats Alvessons tekst; "Beyond neopositivists, romantics, and localists: A reflexive approach to interviews in organizational research" (2003). Her præsenterer Alvesson otte metaforer, som forklarer hvilke årsager, der kan være til svarene i et interview. Alvesson argumenterer for, at man skal forholde sig refleksivt til de svar, en interviewperson giver, idet svaret kan være betinget af flere forhold. Han argumenterer for, at interviewet som fænomen aldrig vil afspejle andet end de omstændigheder, det er et produkt af. Vedkommende vil oftest implicit føre en løbende indre dialog med det formål at gætte på, hvad moderatoren gerne vil høre og så afstemme sine svar i forhold hertil. Interviewsituationen er et sprogligt produkt af den herskende diskursive orden, som interviewpersonerne taler ud fra. Med andre ord at et givent sprogspil i højere grad ses som et udtryk for en bestemt diskursiv orden, frem for et udtryk for individets subjektive og sande mening. Ifølge Alvesson kan situationen også have indflydelse på interviewet og faktorer som køn, alder og personlig fremtoning kan dermed influere udtalelserne i interviewet. I forlængelse heraf kan der argumenteres for, at udtalelserne er et resultat af situationen frem for en egentlig afspejling af det omtalte. Udover situationen så kan interaktionen påvirke udtalelserne, da Alvesson påpeger det, at en person kan undlade at omtale visse emner med henblik på at fremstille sig selv på en bestemt måde (Alvesson, 2003, s. 13-33). Hans kritik af det kvalitative interview indikerer, at der er flere faktorer, der kan påvirke vores fokusgruppeinterview. Dette betyder dog ikke nødvendigvis, at det kvalitative interview er en ugyldig forskningsmetode. Hans beskrivelser kan i stedet være en påmindelse om at forholde sig refleksivt til det kvalitative interview. Det er muligt, at interviewpersonerne

påvirker hinanden, og ikke vælger at sige noget i frygt for fordømmelse af de andre interviewpersoner. Vi er derfor bevidste om de begrænsninger og forudsætninger, der er ved et fokusgruppeinterview, men vi vil ikke inddrage disse undervejs i analysen, men forholde os refleksive i forhold til interviewpersonernes udtalelser.

Databehandling af fokusgruppeinterviews

Vi anvender en simpel metode til transskribering af vores fokusgruppeinterviews, da det er essentielt for vores analyse at fastholde og prioritere samtalerens indhold. Derfor er fokus rettet mod det sagte frem for sproglige detaljer (Brinkmann og Tanggaard, 2015, s. 43). Derudover følger vi en vejledende instruktionsbog til transskribering af interviewet, som belyser, hvilke regler man skal benytte sig af under transskriberingen af interviewet (Brinkmann og Tanggaard, 2015, s. 44). Transskriptionen af fokusgruppeinterviewene har til formål at sikre et solidt empirisk grundlag, der kan danne belæg for vores analytiske arbejde (Brinkmann og Tanggaard, 2015, s. 44). Transskriptionsnøglen, som vi transskriberer ud fra kan ses nedenfor:

- Angiv med forbogstaver for navne, hvem der taler (anonymisering).
- Skift linje, når en ny person begynder at tale. Brug linjeafstand halvanden.
- Indsæt linjenummer og tidspunkt.

Internetetnografi

I det følgende afsnit redegør vi for vores metodiske tilgang, der kombinerer internetetnografi og tematisk analyse med henblik på at opnå både en kontekstuel forståelse af moderskabets konstruktion på Instagram og en systematisk analyse af de betydningsmønstre, der knytter sig til dette fænomen.

For at være i stand til at kunne analysere, hvorledes moderskabet bliver konstrueret på det sociale medie Instagram, har vi valgt at anvende internetetnografi som metode. Vi har foretaget observationer på Instagram, hvilket har været relevant, da vi ønsker at undersøge, hvor udbredt praksissen er. Observationerne har fungeret som et redskab til at udvælge de

opslag, der indgår som en del af empirien i analysens første del. Der vil i det følgende afsnit blive redegjort for internetetnografi, samt hvorledes vi vil anvende det i specialet.

Internetetnografi bygger på den klassiske definition af etnografi af Martyn Hammersley og Paul Atkinson, som handler om;

“At deltage i menneskers daglige liv, at observere, hvad der sker, lytte til, hvad der bliver sagt, stille spørgsmål og indsamle relevante tilgængelige data, som kan belyse det konkrete forskningsspørgsmål og aktiviteter, der i dette tilfælde foregår online” (Larsen, 2018, s. 205).

Etnografi er en kvalitativ forskningsmetode, hvis fokus ligger i, at indsamle og analysere data gennem observationer og deltagelse i det pågældende miljø, som der undersøges. Etnografi kan som metode bruges til, at beskrive og undersøge menneskers kultur og samfund. Dette kan gøres gennem interviews, observationer og feltarbejde, som kan dokumentere deltagernes adfærd i praksis. Formålet med den etnografiske tilgang er at opnå en dybere forståelse af det fænomen, som studeres (Larsen, 2018, s. 205).

Internetetnografi er en betegnelse for en etnografisk forskningstilgang, som finder sted online og anvendes som et dataindsamlingsværktøj. Som Larsen (2018) beskriver det;

“Internetetnografi handler om at følge samtaler, at finde de steder online, hvor der foregår interaktion, og hvor fællesskaber udfoldes, at indfange data, at analysere dem og at se efter fællestræk og tematikker i relation til det konkrete undersøgelsesfelt” (Larsen, 2018, s. 203).

Metoden er relevant, da internettet i dag spiller en central rolle i mange menneskers liv, sociale relationer og daglige aktiviteter. Ifølge Hine (1998) handler internetetnografi om, at beskrive bestemte kulturelle praksisser på internettet, ved at man som forsker tilslutter sig en eller flere udvalgte feltsider på internettet over en bestemt periode, interagere med informanterne og opbygger et detaljeret billede af, hvordan internettet bruges til at danne og vedligeholde relationer (Larsen, 2018, s. 205). Ifølge Hine handler internetetnografi om at se på online kommunikation og interaktion, som allerede eksisterer derude (Larsen, 2018, s. 207). Vi anvender en sidebaseret tilgang til internetetnografi, da vores fokus er at

undersøge en specifik kultur og et fællesskab på én bestemt platform, nemlig Instagram (Larsen, 2018, s. 209). Vi har gennem observationer kodet data og udarbejdet en tematisk analyse af to udvalgte Instagram profiler, Julie Elgaard og Nanna Liljekvist. Derudover har vi gennemført fokusgruppeinterviews med mødre, som er den primære målgruppe for indholdet på disse profiler. Vores undersøgelse kan betegnes som sidebaseret, da vi udelukkende tager udgangspunkt i Instagram som feltside. Specialet har derfor et klart afgrænset fokus på både emne og onlinefællesskab; konstruktionen af moderskabet på Instagram.

For vores speciale er internetetnografi en relevant metode, fordi influencers i høj grad bruger internettet som deres primære platform til at kommunikere. Sociale medier som Instagram udgør en central platform, hvor influencers skaber og deler indhold for at fremme deres budskaber og engagere deres følgere. Internetetnografi gør det muligt at observere og analysere de digitale interaktioner, der finder sted på Instagram, hvilket kan give os indsigt i, hvordan moderskabet konstrueres og præsenteres herpå. Denne metode gør det muligt at analysere både de visuelle og tekstuelle elementer i influencernes indhold samt de interaktioner, der opstår mellem influencer og følgere. Dette er afgørende for at opnå en dybere forståelse af de diskurser, der konstrueres omkring moderskabet på Instagram.

For at kunne anvende vores internetetnografiske tilgang på en systematisk og meningsfuld måde, har vi nøje udvalgt vores cases og data. I det følgende afsnit redegør vi derfor for de kriterier, der har styret vores udvælgelse af influencere og deres opslag, samt hvordan disse valg er forankret i netnografiens metodiske principper.

Udvælgelseskriterier for vores datagrundlag

For at forstå vores valg af case og data nærmere, præsenteres her, hvordan netnografisk metode anvendes i specialet, inspireret af Robert Kozinets (2019) tilgang til kvalitativ social medieforskning. Kozinets understreger, at udvælgelsen af cases og data i netnografi bør være strategisk og teoretisk informeret, frem for statistisk repræsentativ. Målet er ikke at generalisere, men at opnå dybdegående indsigt i meningsskabelse og praksis inden for en bestemt digital kultur (Kozinets, 2019, s. 79).

Udvælgelsen af influencere og deres opslag baserer sig derfor på følgende kriterier, som er i tråd med Kozinets anbefalinger om relevans, transparens og informationsrigdom;

1. Relevans for forskningsspørgsmålet: De udvalgte influencere skal tematisere moderskab og aktivt bruge Instagram til at kommunikere erfaringer og holdninger relateret til moderskabet.
2. Synlighed og tilgængelighed: Det empiriske materiale skal være offentligt tilgængeligt, så det etisk kan indgå i en netnografisk analyse uden at krænke privatlivets fred (Kozinets, 2019, s. 140).
3. Aktivitet og engagement: Valgte profiler skal have kontinuerlig aktivitet og følgeskab, samt tydeligt engagement i form af likes, kommentarer og delinger, hvilket indikerer, at opslagene fungerer som sociale praksisser snarere end blot selvudtryk.
4. Informationsrigdom: Det udvalgte materiale skal indeholde både visuelle og tekstuelle elementer, som kan analyseres multimodalt og diskursivt.
5. Tidsmæssig afgrænsning: For at sikre aktualitet og analytisk overblik er der foretaget en tidsmæssig afgrænsning, hvor kun opslag fra de seneste to år indgår i analysen. Dette muliggør en fokuseret undersøgelse af nutidige moderskabspraksisser og digitale udtryksformer.

Med udgangspunkt i disse kriterier er Julie og Nanna udvalgt som cases, da deres profiler indeholder righoldige og varierede moderskabs konstruktioner, som både iscenesættes æstetisk og forhandles i dialog med følgere. Udvælgelsen er således strategisk funderet, hvilket er i overensstemmelse med Kozinets forståelse af netnografi som en kontekst- og kulturfølsom metode, hvor forskeren aktivt positionerer sig i feltet og foretager bevidste analytiske valg (Kozinets, 2019, s. 88–90).

Tematisk analyse

Efter at have gennemført den internetetnografiske undersøgelse af de to udvalgte Instagram profiler, som har givet os indsigt i de sociale praksisser omkring moderskabet, vil vi nu beskrive, hvordan vi anvender tematisk analyse til at identificere mønstre og temaer i det indsamlede datamateriale med henblik på en mere dybdegående analyse. Vi vil foretage en tematisk analyse af de to udvalgte Instagram profiler samt af vores fokusgruppeinterviews. Til at belyse, hvad tematisk analyse indebærer, samt hvordan den kan anvendes, tager vi

afsæt i Virginia Braun og Victoria Clarkes artikel; *“Using thematic analysis in psychology”* (2006). Ifølge Braun og Clarke er tematisk analyse en metode til at identificere og analysere mønstre og temaer i kvalitative data, og metoden er fleksibel, da den ikke er bundet til én bestemt teoretisk tilgang (Braun og Clarke, 2006, s.79). De skriver;

“Through its theoretical freedom, thematic analysis provides a flexible and use- ful research tool, which can potentially provide a rich and detailed, yet complex, account of data” (Braun og Clarke, 2006, s. 78).

Denne fleksibilitet gør det muligt for os at tilpasse metoden til vores analyse af moderskabet på Instagram, og skabe en nuanceret forståelse af de temaer, der opstår i opslagene og i vores fokusgruppeinterviews med nuværende mødre.

Et tema indfanger noget vigtigt ved dataene i forhold til forskningsspørgsmålet (Braun og Clarke, 2006, s. 82). En tematisk analyse af vores data gør det muligt for os at kategorisere dataene i mere systematiske og håndterbare enheder, som hjælper os med at udforske de centrale mønstre og tendenser i konstruktionen af moderskabet både på Instagram og i vores fokusgruppeinterviews. Ved at kode opslagene og interviewudskrifterne identificerer vi tilbagevendende mønstre, som vi samler i overordnede temaer, med det formål at opnå en dybdegående og nuanceret forståelse af, hvordan moderskabet konstrueres på Instagram.

Vi anvender en teoretisk tilgang til vores tematiske analyse, da vores forskningsspørgsmål fokuserer på, hvordan moderskabet konstrueres på Instagram og hvordan det influerer på nuværende moderskabspraksisser. Vores analyse er baseret på diskurspsykologi, hvilket betyder, at vi undersøger, hvordan moderskabets konstruktion på Instagram afspejler og skaber specifikke multimodale diskurser, der kan influere både den individuelle forståelse af moderskabet og de sociale normer, der ligger til grund for nuværende moderskabspraksisser. Vi bruger derfor en teoretisk ramme for at undersøge de multimodale diskurser, som opstår i opslagene på Instagram. Selvom en induktiv tilgang kunne bidrage til at identificere nye temaer, er vi åbne over for dette i arbejdet med vores data, til trods for, at vores analyse er overvejende teoretisk, da vi i vores speciale ønsker at forstå moderskabets konstruktion i relation til specifikke teoretiske perspektiver (Braun og

Clarke, 2006, s. 83). For vores fokusgruppeinterviews arbejder vi mere induktivt i vores tematiske analyse. Vi lader her i højere grad temaerne opstå på baggrund af deltagernes egne erfaringer og perspektiver, og dette uden på forhånd at have en fast teoretisk ramme. Dette giver os mulighed for at identificere mønstre og temaer, som ikke er forudset på forhånd. Her anvender vi altså en mere åben tilgang til interview materialet, og dette for at sikre, at nuancerede og uventede aspekter af moderskabspraksisser også bliver inddraget i vores speciale.

Clarke og Braun beskriver seks trin til en grundig tematisk analyse, og vi vil i det følgende redegøre for, hvordan vi har anvendt disse trin i vores analyse. Det er ifølge Braun og Clarke vigtigt at pointere, at disse punkter ikke bør følges slavisk, men skal betragtes som vejledende, så de kan tilpasses den specifikke kontekst og de data, der arbejdes med (Braun og Clarke, 2006, s. 86).

1. Gør dig bekendt med dine data
2. Generering af indledende koder
3. Søgning efter temaer
4. Gennemgang af temaer
5. Definerings og navngivning af temaer
6. Udarbejdelse af rapporten

Bearbejdning af opslag og fokusgruppeinterviews

Som tidligere beskrevet består vores empiri af opslag fra to udvalgte Instagram profiler samt tre fokusgruppeinterviews med nuværende mødre. Dataene er blevet analyseret ved hjælp af tematisk analyse, hvilket kort redegøres for nedenfor. Et konkret eksempel af den anvendte metode findes i bilag 6.

Først udvalgte vi centrale opslag fra Julie Elgaard og Nanna Liljekvists Instagram profiler samt relevante udsagn fra fokusgruppeinterviewene. Disse opslag og citater blev herefter kodet med korte nøgleord, som sammenfatter deres centrale betydning. Koderne blev efterfølgende organiseret i overordnede temaer, der identificerer mønstre på tværs af

materialet. Til slut blev disse temaer samlet under bredere overordnede temaer, som udgør den analytiske ramme for fortolkningen af data materialets indhold.

Metoden er i tråd med specialets socialkonstruktivistiske afsæt, idet den tager udgangspunkt i, at betydning ikke er givet, men skabes gennem sproglige og visuelle udtryk. Ved at anvende tematisk analyse bliver det muligt at undersøge, hvordan forskellige versioner af moderskab gøres meningsfulde og normative, samt hvilke multimodale diskurser og identiteter, der aktiveres i influencers opslag og følgeres respons.

AI

Der vil i dette afsnit kort blive redegjort for brugen af AI. Vi har brugt AI som et hjælpemiddel i forhold til udarbejdelsen af dette speciale. Brugen af AI har været med til at skabe struktur, give et overblik og bidrage til brainstorming. Vi har brugt AI som en del af vores spontane udveksling af idéer i forhold til udformning af problemformuleringen. Helt konkret så har vi benyttet os af Primo Research Assistant og ChatGPT. Primo Research Assistant har været med til at automatisere tidskrævende opgaver, som det kan være, når man undersøger, hvilken litteratur der kan være relevant for ens forskningsprojekt.

Videnskabsteoretisk ramme

I det følgende afsnit vil der blive redegjort for socialkonstruktivismen, som repræsenterer den videnskabsteoretiske tilgang til specialet, og som danner grundlag for vores forståelse og udarbejdelsen af det.

I vores speciale har vi valgt en humanistisk tilgang, hvilket gør det relevant først at beskrive de grundlæggende principper for humanismen, da disse danner det teoretiske grundlag for vores undersøgelse. Efterfølgende vil vi redegøre for socialkonstruktivismen, som udgør det videnskabsteoretiske perspektiv, der styrer vores analyse og fortolkning. Til forståelsen af dette vil vi tage udgangspunkt i bogen: "*Humanistisk videnskabsteori* (2014)" af Finn Collin, Simo Køppe og Rasmus Helles.

De humanistiske videnskaber fokuserer på mennesket som et tænkende, følende og handlende væsen og undersøger de produkter, vi skaber gennem vores tanker, handlinger og kommunikation, såsom skrifter, kunst, redskaber, bygninger og tøj. Disse produkter går ind under begrebet "kultur". På den måde kan de humanistiske videnskaber også ses som studiet af mennesket som både kulturskabende og kulturskabt (Collin, et al., 2014, s. 11). På denne måde giver de humanistiske videnskaber os en forståelse af, hvordan vi som mennesker både bidrager til og bliver påvirket af den kultur, vi lever i.

Socialkonstruktivisme

Vores opfattelse af verden er ikke kun baseret på objektive fakta, men også på de sociale og kulturelle rammer, som vi i verden som mennesker er en del af. Det, vi ofte opfatter som naturligt eller selvfølgeligt, kan i virkeligheden være formet af både historiske og samfundsmæssige forhold. For eksempel kan forestillinger om køn, identitet eller viden variere på tværs af tid og sted, fordi de ikke er faste sandheder, men derimod snarere skabt gennem sociale processer (Collin, et al., 2014, s. 456).

Denne forståelse udspringer af socialkonstruktivismen, som understreger, at fænomener, som vi ofte normalt betragter som naturlige, i virkeligheden er påvirket og formet af menneskelige interesser og værdier. Som Finn Collin (2014) beskriver det:

“Socialkonstruktivisme mht. et givet fænomen hævder, minimalt, at det pågældende fænomen, der normalt betragtes som »naturligt« og uafhængigt eksisterende, i virkeligheden er menneskeskabt og bærer aftryk af sin menneskelige oprindelse: Det er formet og præget af menneskelige interesser” (Collin, et al., 2014, s. 454).

Set ud fra et socialkonstruktivistisk perspektiv formes viden og fænomener altså gennem menneskelige handlinger og sociale processer, og de skal derfor ses som dynamiske og kontekstafhængige snarere end som faste og absolutte sandheder (Collin, et al., 2014, s. 454).

Vores tilgang til vores speciale og vores forståelse af det undersøgte fænomen bygger på den humanistiske videnskabsteori, hvor socialkonstruktivismen indtager en central rolle. Dette perspektiv understreger, at moderskabs opfattelsen på Instagram ikke repræsenterer en objektiv, uforanderlig sandhed, men i stedet kan det ses som et menneskeskabt og dynamisk fænomen, der konstant bliver formet og forhandlet i fællesskab.

Teori

I det følgende afsnit redegøres der for den teoretiske ramme, som danner fundamentet for vores analytiske arbejde.

Diskurspsykologi

Der vil i det nedenstående blive redegjort for diskurspsykologi og dens relevans i forhold til dette speciale. Diskurspsykologien undersøger, hvordan psykologiske fænomener som holdninger, identiteter og følelser bliver konstrueret og opretholdt gennem sprog og kommunikation. Det er et perspektiv, der ser på, hvordan vores samtaler og diskurser påvirker og former vores forståelse af os selv og verden. I stedet for at fokusere på individuelle tanker eller følelser, ser diskurspsykologien derimod på, hvordan disse elementer er socialt og sprogligt forbundet (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 105).

Ifølge diskurspsykologien er sprog ikke kun et kommunikationsværktøj, men en form for handling, der skaber og ændrer sociale virkeligheder. Det betyder, at måden, vi taler og skriver på, faktisk "gør" ting i verden. Det kan for eksempel være, at forme identiteter eller etablere relationer (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 107). Dette er relevant at undersøge i forhold til vores speciale, da vi har til formål at fremvise, hvordan Nanna Liljekvist og Julie Elgaard former disse identiteter og etablere relationer via det sociale medie Instagram. Vi vil undersøge, hvordan de former moderskabet, og hvordan de etablere relationer gennem dette fænomen, og hvilken påvirkning sproget som handling kan have på modtagerne.

Psykologiske fænomener ses ikke som fastlåste eller blot interne processer, men som noget, der bliver til gennem diskursive praksisser. Det vil sige, at vores selvforståelse, følelser og tanker bliver konstrueret og forhandlet i samtaler og i den måde, vi interagerer

med hinanden på. Dette kan derfor være med til at skabe en konstruktion af virkeligheden. Betydningen af det, vi siger, afhænger i høj grad af den kontekst, det bliver sagt i - både den specifikke samtale og den bredere sociale, kulturelle og historiske sammenhæng. Derfor er det vigtigt at analysere, hvordan disse sammenhænge former og farver vores sprogbrug. Diskurser bærer magt og kan enten opretholde eller udfordre eksisterende sociale strukturer. Ved at analysere diskurser kan man udforske, hvordan visse synspunkter eller "sandheder" bliver legitimeret, mens andre marginaliseres, og hvordan dette er med til at forme sociale hierarkier og magtforhold (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 107).

I og med at der er et metodisk fokus på det kvalitative i diskurspsykologien, vil vi i dette speciale, som tidligere nævnt, benytte os af fokusgruppeinterview og internetetnografi. Dette vil bidrage til hvordan sprog og kommunikation skaber mening. Tilgangen er i overensstemmelse med specialets socialkonstruktivistiske fundament, idet den betragter sprog som en handling, der producerer sociale virkeligheder frem for blot at afspejle dem. Dette indebærer en detaljeret undersøgelse af sprogets nuancer i konkrete sociale praksisser, hvilket i dette tilfælde er, hvordan Nanna Liljekvist og Julie Elgaard konstruerer moderskabet på Instagram, og hvordan dette influere deres konstruktion af moderskabet i følgernes opfattelse af moderskabsrollen. Diskurspsykologien er et alternativ til traditionelle kognitive modeller, eftersom at i modsætning til modeller, der primært ser mentale processer som interne og uafhængige af sociale interaktioner, understreger diskurspsykologi, at vores mentale liv er uløseligt forbundet med og formet af vores sproglige og sociale praksisser (Jørgensen & Phillips, 1999, s. 108). Samlet set tilbyder diskurspsykologi et perspektiv, der flytter fokus fra individuelle kognitive processer til de sociale og kommunikative praksisser, der konstruerer vores psykiske liv. Dette perspektiv giver en dybere forståelse for, hvordan sprog både spejler og skaber de sociale virkeligheder, vi lever i.

Multimodal analyse

For at kunne foretage en nuanceret analyse af, hvordan moderskab konstrueres på Instagram, suppleres den diskurspsykologiske tilgang med Kress og van Leeuwens teori om multimodalitet ud fra bogen; *“Reading Images The Grammar of Visual Design”* (2006/2021). Diskurspsykologi fokuserer som tidligere nævnt primært på sproglig betydningskabelse, men i en digital kontekst som Instagram er kommunikation

grundlæggende multimodal og foregår gennem samspil mellem billede, tekst, lyd og video. Det er derfor nødvendigt at inddrage et analytisk redskab, der kan håndtere det visuelle og auditive materiale. Kress og van Leeuwens begreber om den repræsentationelle, interaktive og kompositionelle betydning samt modalitet, farve og lys anvendes til at analysere de visuelle aspekter af Instagram opslagene.

Vi har ydermere suppleret vores multimodale teori med bogen; "*Medieproduktion - Kommunikation med levende billeder (2017)*" skrevet af Jørgen Riber Christensen, Ole Ertløv Hansen og Thomas Mosebo Simonsen med teori om lyd og medieproduktion, da dele af det empiriske materiale består af videoer med lyd. Dette muliggør en mere præcis forståelse af, hvordan lyd og musik understøtter stemninger og betydninger i influenceres kommunikation på de digitale medier. Samlet set bidrager det multimodale teoriapparat til at udvide og præcisere den diskursive analyse, så den favner de mange kommunikationsformer, der er på spil i konstruktionen af moderskab i en digital visuel kultur. Derfor vil vi i det følgende afsnit redegøre for de multimodale begreber vi vil benytte os af i vores analysearbejde. Det skal dog understreges, at Kress og van Leeuwens begrebsapparat er omfattende, hvorfor vi har udvalgt de teoretiske elementer, der bedst understøtter vores opgave og problemformulering.

Den visuelle modalitet

For at kunne analysere den visuelle modalitet vil vi undersøge koderne i det Kress og van Leeuwen kalder for visuel grammatik. I bogen er der tre betydningsfunktioner: *den repræsentationelle betydning*, *den interaktive betydning* og *den kompositionelle betydning*. Disse begreber vil vi anvende til at analysere de udvalgte Instagram opslag, da Kress og van Leeuwen argumenterer for, at man kan benytte disse ovenstående betydningsfunktioner til at analysere alle former for kommunikation. I dette speciale vil vi bruge begreberne med fokus på det visuelle i forhold til billede og video (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 45). Vi vil i det nedenstående afsnit uddybe de tre betydningsfunktioner, som er relevante for vores analyse af billede og video. Derudover vil vi, ifølge Kress og van Leeuwen, redegøre for hvilken betydning lys og farve har, da dette optræder i de udvalgte Instagram opslag, vi har udvalgt af henholdsvis Julie Elgaard og Nanna Liljekvist Instagram profiler.

Den repræsentationelle betydning

Den repræsentationelle funktion undersøger, hvad det visuelle repræsenterer herunder, hvilke personer, steder og objekter der optræder, hvilket også kaldes for *participants*, samt hvilke handlingsprocesser der opstår (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 47). Kress og van Leeuwen præsenterer flere begreber til at undersøge den repræsentationelle funktion, hvor vi vil tage udgangspunkt i følgende: *vector*, *actor* og *goal*. En vectors funktion bliver beskrevet således; *“In pictures, these vectors are formed by depicted elements that form an oblique line”* (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 48). Vectoren har til formål at forbinde de forskellige participants. Det kan for eksempel være blikretning, som forbinder en kvinde med et objekt. En actors funktion bliver beskrevet således: *“The ‘Actor’ is the participant from whom or which the vector departs, and which may be fused with the vector to different degrees”* (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 48). En actor er altså den participant, som vectoren bliver udledt fra, og det vil sige, at det er actoren som udfører selve handlingen. Goal bliver beskrevet på følgende måde; *“The Goal is the participant at whom or which the vector is directed, hence it is also the participant to whom or which the action is done, or at whom or which the action is aimed”* (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 48). Goal er dermed formålet med en actors handling, og det er derfor det, som vectoren er rettet imod.

Den interaktive betydning

Den interaktive funktion omhandler, hvilke semiotiske valg afsenderen har benyttet sig af i billedet eller videoen, med det formål at skabe en relationen til modtageren (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 113-115). Afsenderen kan skabe en relation til modtageren ved at gøre brug af *demand* eller *offer*. Demand indebærer en direkte relation til modtageren, hvor der kræves en form for reaktion. Eksempelvis kan afsenderen anvende sig af bydeform eller ved direkte øjenkontakt. På denne måde føler modtageren sig “set”, og således bliver udtrykket direkte personliggjort. Offer indebærer en indirekte relation til modtageren. Det vil sige, at afsenderen ikke forventer en form for reaktion, men det er et tilbud til modtageren. Tilbuddet kan for eksempel være relevant information, som Instagram opslagene giver modtageren og har mulighed for at fordybe sig i (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 118-119). Afsenderen kan også skabe forskellige relationer til modtageren ved at gøre brug af forskellige kamera afstande, såsom *long-shot*, *medium-shot* og *close-up-shot*. I et long-shot vises hele motivet og har fokus på dens omgivelser. Et medium-shot indrammer motivet,

men har også fokus på omgivelserne. Et close-up-shot viser dele af et motiv, som gør modtageren opmærksom på, at det har en vigtig funktion eller er en vigtig detalje, som ellers ville være ubemærket (Kress & van Leeuwen, 2006, s. 124). Afsenderen kan også skabe en relation til modtageren ved brug af kameravinklerne: *normalperspektiv*, *frøperspektiv* og *fugleperspektiv*. Når billedet bliver vist i normalperspektiv, er man i samme højde som motivet. Når billedet bliver vist i frøperspektiv, ser man motivet nedefra. Når billedet bliver vist i fugleperspektiv, ser man motivet oppefra (Riber et. al., 2017, s. 70-72). Vi har med disse ovenstående begreber mulighed for at undersøge, hvor meget modtageren bliver involveret i Julie Elgaard og Nanna Liljekvists kommunikation ved at kigge på, hvilke semiotiske valg som er blevet implementeret i Instagram opslagene.

Den kompositionelle betydning

Den kompositionelle funktion omhandler, hvordan forskellige objekter i billedet relaterer sig til hinanden og skaber en meningsfuld helhed (Kress og van Leeuwen, 2021, s. 176). Vi vil i dette afsnit præsentere begreberne: *information values* og *framing*. Information values omhandler placeringen af objekterne. Objekterne kan være placeret i zonerne left og right, top og bottom, centre og margin (Kress og van Leeuwen, 2006, s. 177). Framing handler om, hvordan objekterne er forbundet i billedet. Hvis der for eksempel forekommer en sammenhæng mellem objekterne, vil de fremstå som en samlet integreret gruppe, også kaldet *connection*. Hvis objekterne derimod afviger og adskiller sig fra hinanden, vil de fremstå som adskilte objekter med hver deres funktion, kaldet *disconnection*. Framing har dermed indflydelse på, hvordan objekterne fremtræder og fortolkes (Kress og van Leeuwen, 2021, s. 210). Vi har med disse begreber mulighed for at undersøge, hvordan de forskellige objekter i Instagram opslagene sammen skaber en meningsfuld helhed.

Lys og Farve

Vi vil i det nedenstående redegøre for lys og farve, da valg af netop disse to virkemidler har betydning for hvordan afsenderen kommunikerer visuelt, samt hvordan modtageren fortolker dette. Vi finder det relevant at redegøre for begreberne *modalitet* og *validitet*, da vi har til formål at belyse, hvordan de udvalgte Instagram opslag kan opnå validitet, ud fra det de kommunikerer visuelt i forhold til lys og farve, samt hvordan modtageren fortolker dette (Kress og van Leeuwen, 2021, s. 155). Modalitet er en del af en sandhed eller en

troværdighed, der kan give validitet i en given meddelelse, udtalelse eller forklaring. Det kan være en ressource, der er med til at skabe en interpersonel betydning. Derudover kan man anse begrebet modalitet som et teoretisk begreb i forhold til, hvad der er sandt eller troværdigt i en given social eller kulturel kontekst. Modalitet kigger ikke nødvendigvis på troværdigheden af et budskab, men nærmere på, hvor troværdigt et givende budskab bliver repræsenteret (Kress og van Leeuwen, 2021, s. 150).

Lys og farve på billeder kan også have en stor betydning for validiteten, da et mere virkelighedsnært billede for mange består af naturlige og ikke overdrevne farver. Reducerede farver på billederne og unaturligt lys kan betyde, at billedet har en lav validitet. Validitet på billeder kan bestå af mange forskellige ting, og ikke nødvendigvis kun "naturlige farver", men farverne i den givne kontekst er vigtigt i forhold til validitet. Man kan for eksempel anse et billede for at være mere naturligt, hvis farverne har den rette naturlige balance, i forhold til samspillet af farvernes toner. Hvis farverne på billeder i høj grad er manipuleret, kan det have en effekt på troværdigheden af billedet. Overdrevne farver kan have en lav validitet, og dermed virke overflødige. Hvis farverne derimod er for nedtonet, kan det også betyde, at billedet fremstår mindre virkeligt. Et billede kan godt være manipuleret med, i forhold til farver og belysning, og stadigvæk anses som et naturligt og autentisk billede. En høj validitet er muligt, så længe samspillet mellem farver og lys passer sammen, og passer til atmosfæren af billedet (Kress og van Leeuwen, 2021, s. 155).

Den lydmæssige modalitet

Vi vil i dette afsnit redegøre for den lydmæssige modalitet for at kunne undersøge, hvordan nogle af Instagram opslagene lydmæssigt bliver præsenteret, og hvordan de forskellige multimodale diskurser kommer til udtryk herigennem. For at kunne redegøre for den lydmæssige modalitet, vil vi som nævnt i den første del af dette afsnit tage udgangspunkt i bogen; *"Medieproduktion - Kommunikation med levende billeder"*. Den lydmæssige modalitet kan inddeles i to dele, hvilket er *lydeffekter* og *musik* (Riber et al., 2017, s. 90-91).

Lydeffekter

Lydeffekter er knyttet til omgivelserne, som kommer til udtryk i den visuelle modalitet. Den visuelle modalitet kan for eksempel være at en person taber et glas på gulvet, hvor man vil

høre lyden af glasset, der går i stykker når det rammer selve gulvet. Lydeffekterne medvirker dermed til at definere objekterne samt lokationerne over for modtageren. Disse lydeffekter kan inddeles i to kategorier: *Reallyde* og *effektlyde*. En lydeffekt bliver betegnet som en reallyd, når selve lyden er blevet indspillet på samme tidspunkt som det visuelle. Modsat bliver lydeffekt betegnet som en effektlyd, hvis lyden bliver indspillet uafhængigt af det visuelle. Det kan for eksempel være, at man i et studie er nødt til at udforme en lydeffekt, som indikerer overfor modtageren en bestemt lyd (Riber et al., 2017, s. 92-93).

Musik

Underlægningsmusikken har til formål at understøtte det visuelle ved at være med til at skabe den ønskede forståelse og skabe en bestemt stemning eller skabe et indtryk af helheden. Underlægningsmusik er med til at påvirke modtagerens oplevelse af det visuelle, idet vi forbinder musik med bestemte følelser (Riber, 2017, s. 93-95).

Æstetik

For at undersøge hvordan moderskabet ikke blot kommunikerer sprogligt, men også æstetisk iscenesættes, inddrager specialet Christian Jantzens (2019) teori om hverdagsæstetiske kurateringspraksisser samt Lev Manovichs (2020) arbejde om æstetik på Instagram. Valget af æstetik teoretisk perspektiv er begrundet i, at influencers kommunikation i høj grad består af æstetisk orienterede valg, som bidrager til både identitetsskabelse og meningsproduktion.

Vi ser det derfor relevant at beskrive, hvad der konkret forstås ved begrebet æstetik. Dette vil vi gøre ud fra Jantzen forståelse af begrebet ud fra hans artikel; "*Intet nyt under solen - strategier for hverdagsæstetiske kurateringspraksisser*" (2019). Vi vil derefter trække på Manovichs arbejde om æstetikens betydning på Instagram og hans definition af forskellige billedtyper, som findes på platformen. Dette vil vi gøre ved at referere til hans artikel; "*The aesthetic society: or how i edit my Instagram 1*" (2020). Artiklen vil give os en dybere forståelse af, hvilken rolle æstetik spiller på Instagram, samt hvordan æstetiske valg bidrager til brugernes identitetsskabelse og selvfremsstilling.

Æstetik skal ses som en form for erkendelse, som opnås gennem sanserne, og skal ses som en måde at lære og forstå verden gennem oplevelser og sanselig perception (Jantzen, 2019, s. 6). For at forstå æstetikens rolle i kommunikation, er det nødvendigt at se nærmere på, hvordan den påvirker både form og funktion. Som Jantzen beskriver det, har æstetik en afgørende betydning for, hvordan budskabet opfattes:

“Æstetik vedrører budskabets udtryk, som budskabets indhold jo altid er knyttet op på. Æstetik er fremdeles en immanent 'andethed', der påvirker det kommunikative budskabs funktionalitet. Æstetik forskyder nemlig opmærksomheden fra, hvad der siges (indholdet), til hvordan det siges (udtrykket)” (Jantzen, 2019, s.139).

I Jantzen beskrivelse, ses æstetikken ofte som en usynlig faktor, der spiller en afgørende rolle i, hvordan et budskab fungerer og bliver modtaget.

Hverdagsæstetiske kurateringspraksisser

Ifølge Jantzen refererer *hverdagsæstetiske kurateringspraksisser* til rutinemæssige og bevidste handlinger, hvori individer selv skaber deres eget æstetiske udtryk i deres hverdag. Begrebet handler om en praksis, hvor man udvælger og sætter forskellige objekter, oplevelser eller elementer sammen for at skabe en sammenhængende og æstetisk tilfredsstillende helhed, dette også kaldet for en kuratering praksis. *Kuratering*, i denne kontekst, betyder altså den nænsomme udvælgelse og sammensætning af elementer for at skabe et sammenhængende og smagfuldt æstetisk helhedsindtryk. Gennem kurateringen søger individet at opnå en form for kontrol og mening i deres liv, hvor æstetik spiller en vigtig rolle i at forme deres daglige oplevelser, relationer og identitetsdannelse (Jantzen, 2019, s.147).

Forskønnelse og forstyrrelse

Æstetisering handler i høj grad om, hvordan vi som mennesker lever vores liv. I det senmoderne samfund er æstetisering blevet en del af det moderne menneskets livsstil og måden hvorpå vi både udvælger og organiserer ting i vores hverdag. Dette kan ses i menneskets kurateringspraksis, måden hvorpå mennesket bevidst udvælger elementer i sit liv, som tilsammen skaber en æstetisk og meningsfuld helhed. Æstetisering påvirker altså i

høj grad, hvordan vi som mennesker oplever vores liv, og det ses i den måde, vi udvælger og sammensætter elementer på, for at skabe ét bestemt udtryk. Denne bevidste kuratering af vores hverdag baner vejen for to centrale æstetiske strategier: *forskønnelse*, der fremmer harmoni, og *forstyrrelse*, der bevidst skaber disharmoni. Begge strategier kan ses som hverdagsæstetiske praksisser, og fokuserer på, hvordan et budskab udtrykkes - på selve formen. I en hverdag med kaos, kan en forskønnelses strategi medvirke til at skabe orden, og her forsøger man at skabe et perfekt og stilfuldt udtryk, ofte gennem en minimalistisk stil. Målet er at opnå et harmonisk udtryk. Denne strategi ses meget brugt af influencere på Instagram, hvori der er fokus på den minimalistiske stil og en harmonisk helstøbt livsførelse (Jantzen, 2019, s.147). Strategien forstyrrelse har det formål, at adskille sig fra noget og bryde med det gennemsnitlige og klichéfyldte, og i stedet skabe noget, som udfordrer nutidens normer og gængse smag. Denne strategi kan ses som en protest mod det, som anses som værende normalt og forudsigeligt. Den udfordrer de etablerede normer og stræber efter at bryde med det gennemsnitlige, hvilket skaber plads til noget anderledes og uventet (Jantzen, 2019, s.148). Denne strategi ses blive benyttet af influencere på de sociale medier i et forsøg på at bryde med nogle af samfundets normer. Nogle influencere udfordrer traditionelle opfattelser af skønhed, succes og livsstil ved at præsentere alternative måder at leve på, der ikke nødvendigvis følger den mainstream æstetik.

Billedtyper på Instagram

Lev Manovich fremfører i artiklen; "The aesthetic society: or how i edit my Instagram 1" (2020) for, hvordan æstetik er blevet en integreret og afgørende del af samfundet i den digitaliserede tidsalder særligt på Instagram. Han giver et indblik i, hvilken rolle æstetik spiller på platformen, og hvordan den påvirker brugernes selvscenesættelse og identitet. Han argumenterer for, at vi i dag lever i et æstetisk samfund, hvori kuratering af visuelle tiltalende billeder og oplevelser er afgørende for menneskers identitetsdannelse. Ifølge Manovich gør almindelige brugere meget for at deltage aktivt i skabelsen af den æstetiske digitale kultur, og det er derfor ikke kun professionelle fotografer og designere, som er bevidste om den æstetiske funktion i deres hverdagsliv (Manovich, 2020, s. 193). Billeder på Instagram deler han ind i tre kategorier: *casual*, *professional* og *designed photos*. *Casual photos* kan ses som uformelle billeder, som blot er til for at dokumentere oplevelser og andre spontane øjeblikke i livet, og æstetik ikke er den primære prioritet i formidlingen. Personen,

som deler et casual photo gør ingen forsøg på at redigere farver, kontrast eller komposition. Professional photos følger bestemte regler for, hvordan billederne skal se ud. Man behøver ikke at være professionel fotograf for at tage disse billeder, det handler snarere om at bruge de rigtige teknikker. Begrebet "professionel" refererer altså ikke nødvendigvis til fotografer, der lever af deres arbejde, men snarere til billeder, der følger én bestemt æstetik. Designed photos adskiller sig fra de andre ved en bevidst brug af komposition samt redigering med det formål at opnå sit eget særlige æstetiske udtryk på Instagram (Manovich, 2020, s. 198).

Disse æstetiske teorier kan ses som et rammeværk for at analysere, hvordan æstetik på Instagram ikke blot handler om, hvad der vises, men hvordan det vises, og hvordan dette influere opfattelsen af moderskabet i det digitale rum. Vi kan med disse æstetiske perspektiver analysere, hvordan influencere bruger æstetisering i deres kurateringspraksis, og hvordan æstetik kan påvirke influencernes selviscenesættelse og identitet.

Humor teori

Som supplement til den multimodale analyse inddrages Jørgen Stigels (2008) teori om humor. Valget er motiveret af, at humor optræder som et tilbagevendende virkemiddel i vores tematisering, og vi har derfor valgt at inddrage professor Jørgen Stigels humorteori for at få en større forståelse for, hvorfor humor går igen i tematiseringen. Vi vil i det nedenstående præsentere professor Jørgen Stigels humorteori, som en del af teorien, som vi benytter os af i dette speciale.

Ifølge Stigel er humor en dominerende stilart i dansk tv-reklame og årsagen til det, mener Stigel, at være at danskerne er et specielt humoristisk folkefærd (Stigel, 2008, s. 65). Han skriver således: *“at danskerne er et specielt humoristisk folkefærd med en livs- og tænkemåde, der er præget af lune og humor.”* (Stigel, 2008, s. 65). Stigel beskriver ydermere, at humoren forsøger at gøre budskabet uformelt og “nede på jorden”, hvilket kan gøre, at man kommer i øjenhøjde med modtageren (Stigel, 2008, s. 67). Humoren som virkemiddel kan derfor gøre, at henvendelsen til modtageren bliver mere inkluderende. Det uformelle er med til at fjerne følelsen af en påduttet mening eller holdning, man skal tage stilling til, som reklamer ofte kan komme til at skabe en atmosfære omkring. Selvom henvendelsen er uopfordret, skal den stadig påvirke og overtale modtageren, og her kan

humoren være et skjult element, som gør reklamen legende og inkluderende (Stigel, 2008, s. 67). Stigel konkluderer, at hvis man skal have fat i danskerne via tv-reklamer, så er humor et fordelagtigt virkemiddel. Han mener, at det kendetegner dansk kultur, at man er mere uformel, ironisk og drillende, og dermed kan den humoristiske tilgang i reklamer være en fordelagtig måde at kunne konkurrere i et marked, hvor opmærksomhed er en mangelvare (Stigel, 2008, s. 67). Humor kan ydermere beskrives som at være et æstetiserende element, hvor humoren på mange måder kan være med til at udglatte og uskyldig gøre visse emner og budskaber.

Erving Goffman

I det følgende afsnit vil der blive redegjort for udvalgte begreber af Erving Goffman fra hans bøger; *“Erving Goffman - Social samhandling og mikrosociolog (2004)”* og *“The Presentation Of Self In Everyday Life (1959)”*. Vi har valgt ikke at inddrage Goffmans samlede teori, men kun de nedenstående begreber, da fokus i dette speciale er på digital selvfremsstilling og visuel kommunikation. Ved at afgrænse brugen til *frontstage* og *backstage*, anvendes teorien som et analytisk greb, der supplerer vores øvrige begreber om performativitet, autenticitet og æstetik uden at påtage sig rollen som bærende teori.

Teatermetafor - frontstage og backstage

Goffman havde som mål at undersøge, hvordan mennesker interagerer og kommunikerer med hinanden i hverdagen. Ved at bruge teatermetaforer introducerede han begreberne: *skuespiller, publikum, frontstage og backstage* for at beskrive disse sociale interaktioner. Disse begreber vil blive uddybet i dette afsnit. Goffman sammenligner ansigt - til - ansigt kommunikation mellem mennesker med en teaterforestilling, hvor alle spiller roller, ligesom skuespillere på en scene. Goffman brugte teatermetaforen til at illustrere, at menneskers kommunikation i hverdagen både er planlagt og tilpasset til den situation, som vi befinder os i. Når vi som mennesker interagerer ansigt-til-ansigt, er vi nødt til at justere og tilpasse vores adfærd, så den passer til den konkrete situation og de forventninger, som de andre mennesker (publikum) i kommunikationen har. Dette kan man sammenligne med, når skuespillere tilpasser deres optræden i en teaterforestilling, for at tilpasse sig den rolle, de nu spiller. Ligeledes tilpasser vi som mennesker os i vores daglige interaktioner for at

opretholde vores ønskede selvfremsstilling. I hverdagskommunikation refererer "publikummet" til både de personer, som deltager i kommunikationen og de, som observerer den (Goffman, 2004. s. 14-15).

Goffman bruger begreberne frontstage og backstage til at illustrere forskellige sociale rum, hvor mennesker præsenterer sig selv. Han beskriver det således: "*We often find a division into back region, where the performance of a routine is prepared, and front region, where the performance is presented*" (Goffman, 1959, s. 231). Denne opdeling antyder, at menneskers sociale interaktioner ikke blot er tilfælde, men derimod en del af en nøje tilrettelagt præsentation af selvet, hvor de tilpasser sig de forventninger, der må være til den specifikke situation. *Frontstage* er det rum, hvor individet træder frem for et publikum og bevidst iscenesætter sig selv for at opretholde en bestemt identitet. Det er her, vi præsenterer den version af os selv, som vi ønsker, at andre skal se og opfatte. *Backstage* er det rum, hvor man som individ kan være mere autentisk og afslappet og agere uformelt uden nogen forventninger fra et publikum (Goffman, 1959, s. 32).

På de digitale medier, især en platform som Instagram, bliver grænsen mellem frontstage og backstage en smule sløret. Influencers kan nemt kuratere deres frontstage - optræden gennem nøje udvalgte billeder og tekster. Samtidig kan det, de deler fra deres *backstage*, stadig være nøje iscenesat på de sociale medier og kun give et begrænset indblik i deres "ægte" liv. Dette understreger, hvordan selv det, der er tiltænkt som autentisk indhold på sociale medier, ofte også kan være strategisk tilrettelagt.

Ansigtsarbejde

Når vi deltager i sociale situationer, som f.eks. en ansigt-til-ansigt samtale eller medieret kommunikation, anvender vi alle ansigtsarbejde.

I hver af disse situationer følger vi mennesker den strategi, som Goffman kalder en *linje*. En linje i kommunikation er den måde, vi strukturerer og leder en samtale på, gennem de ord og handlinger, vi bruger, for at fremstå på en bestemt måde og opretholde et positivt billede af os selv (Goffman, 2004. s. 39). Overført til medieret kommunikation kan en linje ses i måden, vi udvælger og præsenterer indhold, billeder og tekst på online platforme for at

skabe ét bestemt indtryk af os selv som individ. Denne linje hjælper os med at forme, hvordan vi ønsker at blive opfattet af vores online publikum i den digitale verden.

Alle mennesker præsenterer et ansigt i forskellige situationer og bevarer deres ansigter, når deres valgte linje bliver anerkendt og bekræftet af de øvrige deltagere. Individet besidder både følelser for sit eget ansigt og andres ansigter, altså hvordan de selv fremstår og hvordan de bliver opfattet af andre. Det er gruppens normer og regler, som bestemmer, hvordan ansigterne skal håndteres og fortolkes i en given kommunikation. Hvis alle individer i gruppen følger reglerne og normerne, vil de opretholde og acceptere hinandens ansigter og dermed sikre en vellykket kommunikation, da der ingen konflikter eller misforståelser er (Goffman, 2004. s. 40). Det kan derfor siges, at en person opretholder sit ansigt, når den linje som personen har anlagt i praksis bliver bekræftet og accepteret af de andre deltagere. Hvis denne linje derimod ikke bliver accepteret og anerkendt af andre, kan det føre til, at personens ansigt bliver truet og personen bærer derfor et forkert ansigt. Dette kan ske, når en persons opfattede sociale værdi ikke stemmer overens med den linje, han selv har lagt. En person bærer altså et forkert ansigt, når det fremstår på en måde, der ikke passer til situationen, og dette kan skabe misforståelser i enhver kommunikationssituation (Goffman, 2004. s. 41). I en udfordret situation, hvor en person bærer et forkert ansigt, kan det hos personen medføre følelser som skam og mindreværd. Den manglende anerkendende støtte kan forvirre og gøre personen ude i stand til at deltage i samhandlingen (Goffman, 2004. s. 42).

En influencer kan eksempelvis tabe ansigt på Instagram ved pludselig at afvige fra den anlagte linje, som følgerne forventer. Hvis indholdet, som præsenteres, ikke længere stemmer overens med den allerede etablerede identitet, kan det blandt publikum skabe forvirring og skuffelse.

I vores analyse vil vi bruge Goffmans teatermetafor, frontstage og backstage, til at undersøge, hvordan Julie Elgaard og Nanna Liljekvist konstruerer deres vision af moderskabet både frontstage, som skal ses som den selvvalgte og bevidste iscenesættelse overfor deres publikum, samt hvordan de afslører mere autentiske og ufiltrerede øjeblikke backstage. Goffmans teori om ansigtsarbejde vil vi bruge til at undersøge, hvordan Julie

Elgaard og Nanna Liljekvists linje bliver modtaget og forstået af deres publikum. Dette vil vi gøre ved at kigge nærmere på kommentarsporet til de udvalgte opslag, hvor vi ser på, hvordan følgerne responderer på deres selvfremstilling. Dette giver os mulighed for at undersøge, om kommentarerne bekræfter deres anlagte linje, eller om de udfordrer den.

Autenticitetsbegrebet

Vi vil introducere begrebet *autenticitet* og den norske forfatter Gunn Enlis (2015) definition af dette. Enli har skrevet om en del forskellige emner, herunder sociale medier, politisk kommunikation og mediernes historie. Vi vil benytte os af Enlis bog; "*Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality (2015)*" for at kunne undersøge, hvorfor autenticitet er så vigtigt en faktor, når det gælder influencers og Instagram. Vi vil i forbindelse med vores tematiske analyse undersøge, hvordan Julie Elgaard og Nanna Liljekvist benytter sig af forskellige autenticitet markører, når de poster opslag på Instagram.

Når begrebet autenticitet bruges i Enlis litteratur beskriver hun det således: "*A common treatment of the term authenticity in academic literature is to position it in opposition to whatever is fake, unreal, or false, and further to acknowledge its multiple meanings*" (Enli, 2015, s. 2). Autenticitet kan derfor tages op til forhandling, eftersom når nogen oplever noget som værende autentisk, så forhandles der mellem afsender og modtager om, hvorvidt det er ægte eller uægte. Begrebet autenticitet er socialt konstrueret og derfor konstant foranderlig, hvilket betyder, at autenticitetsbegrebet ikke endegyldigt kan defineres på én måde.

Vi forstår autenticitetsbegrebet som en størrelse, der anses som noget positivt, da Enli beskriver, at modtagerne sætter stor pris på det rå og "uskriptede" (Enli, 2015, s. 2). Dog så har autenticitetsbegrebet en dobbelthed, eftersom mediekriterierne betinger, at det netop ikke er 100% rå og ægte øjeblikke. Mediekriteriet for det sociale medie Instagram betinger, at det ville være et øjeblik, som skulle filmes eller tages et billede af, hvilket gør, at afsenderen i øjeblikket pauser, og forstår at dette øjeblik kan udnyttes til at give et "billede" af, at man er autentisk i en given situation.

Enli beskriver det ovenstående som *mediated authenticity*, hvilket kan beskrives som at være kernen i hele hendes teori. Mediated authenticity er et begreb, der dækker over, hvordan autenticitet repræsenterer en vis værdi i den kommunikative relation mellem producenten og modtageren af denne kommunikation (Enli, 2015, s. 1). Mediated authenticity opnås gennem teknikker, og disse teknikker hører under begrebet *autentiske illusioner*. Det kan være alt fra små justeringer såsom lys- og lydeffekter til større postproduktion, redigering og photoshop. Altså det rå materiale skal manipuleres, så det passer med målet, som er at komme ud til så mange modtagere som muligt, og at det manipuleres, så det opfylder de krav, det pågældende medieformat stiller (Enli, 2015, s. 1). Et eksempel på autentiske illusioner, som Enli nævner, er lydeffekter og mere præcist den meget tydelige dåselatter der gøres brug af i for eksempel komedieserier. Seerne af serien forstår godt, at denne lydeffekt er en teknik, der er med til at forstærke humoren i serien og dermed autenticiteten frem for, at seerne tror det er reallyd (Enli, 2015, s. 2). At seerne forstår denne brug af autentisk illusion er en aftale inden for autenticitets kontrakten, der foregår mellem producenten og modtageren, som også nævnt ovenfor. Denne aftale mellem producenten og modtageren definerer Enli som en *authenticity contract*, men denne kontrakt er udledt af sociale konstruktioner, som er baseret på et sæt genrekonventioner og etablerede praksisser og forventninger (Enli, 2015, s. 2). Hvis denne aftale eller kontakt brydes kaldes dette for *authenticity scandal* eller *authenticity puzzle*. De ovenstående begreber henviser begge til en situation, hvor modtagerne er i tvivl om, hvad der er ægte, og hvad der er uægte. Authenticity scandal differentierer sig fra authenticity puzzle ved, at det er forskellige måder at bedrage modtageren på, hvorimod authenticity puzzle er forskellige former for tvetydighed, som modtageren kan opleve (Enli, 2015, s. 2).

I forhold til autenticitet beskriver Enli underkategorier, hvor vi vil redegøre for *spontaneity*. Spontaneity beskrives som værende performet spontanitet, som autenticitet markør. Paradokset er, at man skal performe i et spontant øjeblik, hvilket automatisk gør, at den ikke er spontan. Man skal agere naturligt som sig selv, men samtidig skal man tilpasse sig mediekriterierne. Hun skriver yderligere, at en tilrettelagt performance kan virke mere spontan end en ægte improviseret optræden (Enli, 2015, s. 10).

I den medierede kommunikation er det væsentligt at kunne demonstrere de forskellige begreber, for strategisk at opnå autenticitet indenfor det givne medie og de kriterier, dette stiller. Fra de ovenstående begreber kan man basere de tre delte begreber: autenticitetsillusion, autenticitetskontrakt og autenticitetsskandal/puzzle, da disse er beskrivelser af processen med forhandlet autenticitet i medierne.

Udover de ovenstående begreber har Enli lavet syv kategorier, der opstiller medieret autenticitet og disse vil blive redegjort for herunder, eftersom at de er relevante for vores analyse.

Det første begreb er *predictability* og kan beskrives, at være de her genrekonventioner, der konsekvent gøres brug af i den medieret kommunikation. Her bliver troværdigheden af det medieret indhold vurderet på baggrund af tidligere erfaringer med medierne (Enli, 2015, s. 136). Det næste begreb er *spontaneity*, som også nævnes længere oppe i afsnittet. Her beskriver Enli, at det spontane skal performes, men skal også fremstå spontant. Målet med spontaniteten er, at fremstå personlig, engageret og følelsesdrevet frem for kalkuleret og strategisk (Enli, 2015, s. 137). Det tredje begreb er *immediacy* og en umiddelbarhed der indtræffer, hvilket kan give en følelse af "liveness" og "togetherness", hvor publikum er forbundet i et fælles "nu", hvor de konstruerer mening og autenticitet sammen. *Confessions* er det fjerde begreb, og her medieres der bekendelser og afsløring af det intime med henblik på, at det skal fremstå plausibelt og genkendeligt. Det femte begreb er *ordinariness*, her gælder det at være mere almindelig, da jo mere almindelig man er, desto mere autentisk fremstår man. Det almindelige modsvarer det glamourøse og mindre genkendelige. Det sjette begreb er *ambivalence*, og her er det den ambivalente performance og den tøvende afsløring af "sandheden", som virker mere autentisk end den entydige og selvsikre performer, der hævder at være autentisk i en medieret kommunikation. Til sidst har vi det syvende begreb, hvilket er *imperfection*. Her gælder det at vise det uperfekte, som kan være med til at give en medieret autenticitet, fordi det kan vidne om det uplanlagte, hvilket modvirker det strategiske og planlagte, som man gerne vil væk fra (Enli, 2015, s. 137).

Digital Identity - Vincent Miller

For at forstå hvordan der skabes en digital identitet, vil vi i det næste redegøre for den digitale kultur, som identitet befinder sig i. Dette vil vi gøre ud fra kapitel 7 i bogen; *“Understanding Digital Culture (2020)”* af Vincent Miller. Denne teori vil blive anvendt i analysedel 2, med henblik på at udfolde vores fund fra analysedel 1. Millers teori supplerer specialets socialkonstruktivistiske afsæt og understøtter analysen af det digitale jeg, som en sammensmeltning af visuelle, æstetiske og multimodale diskursive udtryk, hvilket er centralt for forståelsen af influencerens rolle i samtidens moderskabs konstruktioner.

Ud fra Millers teori befinder Nanna Liljekvist og Julie Elgaard sig i det, han kalder for den sociale netværk periode. Her er det gennem netværksprofiler og netværksrelationer, at identitetskonstruktion skabes (Miller, 2020, s 217). Miller gør brug af en del forfattere, forskere, sociologer og andre fagfolk, der tilsammen skal skabe en større forståelse inden for emnet digital kultur. For at få en større forståelse for, hvad digital kultur er, starter Miller med at beskrive forskellige digitale perioder, der har ledt til, hvordan kulturen er i dag.

Den digitale periode, den sociale netværk periode, vi befinder os i dag, betegner Miller som en tid, hvor de sociale medier og digitale forbindelser spiller en stor rolle i vores sociale liv. Her nævner Miller sociologen Manuel Castells (1996/2000) forskning inden for sociale netværk. Castells mener, at vores samfund i stigende grad er struktureret omkring en modsætning mellem det sociale netværk og individualisering af ‘selvet’ (Miller, 2020, s 217). Vi forstår individualisering af ‘selvet’ som Castells nævner i konteksten af sociale netværk, som en profil på eksempelvis Instagram. Instagram forstår vi som en digital kultur inden for sociale netværk, hvor skabelsen af digitale identiteter opstår. I og med der er sket en globalisering af sociale netværk, er der opstået en ensartethed i den digitale identitet. Et eksempel på det kan ses i måden hvorpå influencere fremstiller moderskabet igennem samme æstetiske udtryk. Ifølge Castells er denne modsætning opstået på grund af, at der er et modsætningsfyldt forhold mellem identitet og sociale netværk. Castells betragter faktisk nutidig identitetskonstruktion via sociale netværk, som en reaktion på globalisering, der kan være med til at skabe det Castells beskriver som den ensartethed, der var i starten af de sociale netværk. Identitet bliver et modsvar på den ensartethed, som globaliseringen har været med til at skabe. Med andre ord bliver identitet et redskab til at fastholde det

særegne og det unikke i en verden præget af homogenisering. Der opstår derfor en paradoks situation, da kulturen i sociale netværk, især på mediet Instagram, ikke længere er ensformet, hvilket gør at der hele tiden skabes nye digitale identiteter. Paradokset opstår, fordi identitet på én gang bliver en reaktion mod globaliseringens ensretning og samtidig formes inden for rammer, der netop fremmer ensartethed (Miller, 2020, s. 217).

Omkring år 2004 begyndte vi at gå fra den personlige blog i den digitale kultur til nye digitale kulturer såsom sociale netværkssider, som Friendster, Myspace og Facebook. Disse platforme fremhævede netværks elementet i form af 'venner' eller 'kontakter'. Dog på bekostning af det tekstuelle indhold mener Suzanne S. Miller (2008), da disse sociale netværkssider i høj grad lægger op til deling af videoer og billeder frem for det tekstuelle indhold, som personlige blogs gjorde i sin periode. Den sociale netværksprofil har sine rødder i en kombination af erhvervs netværkssider såsom LinkedIn og Ryse samt datingsider og blogs. I dag er platforme som Twitter, Facebook, Pinterest og Instagram blandt de mest besøgte steder på internettet (Miller, 2020, s. 218).

Særligt relevant for vores speciale er Millers fremhævelse af forskerne Shanyang Zhao, Sherri Grasmuck og Jason Martin (2008), som beskæftiger sig med identitetskonstruktion på Facebook. Dette finder vi særligt relevant, da vi med denne teori kan vise, hvordan Nanna Liljekvist og Julie Elgaard konstruerer deres identitet gennem disse tre opdelinger. Her er tendensen mod mere implicitte former for identitetsudtryk i sociale netværksprofiler. De identificerer tre fremtrædende måder, hvorpå identitet kan konstrueres på Facebook:

1. Det visuelle 'jeg' eller 'selvet' som social aktør, som udtrykkes gennem billeder sammen med venner og har til formål at formidle sociale bånd og popularitet uden fokus på det tekstuelle element. Her handler det om at "vise i stedet for at fortælle". At skabe et ønsket indtryk gennem visuelle signaler om ens sociale liv.
2. Det kulturelle 'jeg', der kommer til udtryk gennem præsentationen af forbrugsvalg, smag og livsstil i form af billeder. Dette udgør en form for selvdefinition via

forbrugeristiske markører, hvor identitet formidles gennem kulturelle tilhørsforhold.

3. Det eksplicit beskrevne 'jeg', som ses i direkte tekstlige selvbeskrivelser, eksempelvis i "Om mig" sektionen. Ifølge Zhao, Grasmuck og Martin er dette den mindst brugte og mindst udbyggede form for identitetskonstruktion på Facebook (Miller, 2020, s. 219).

Denne ovenstående teori ser vi kan bidrage til vores analyse af identitet, og vi vil overføre teorien til vores udvalgte sociale medie, Instagram. Teorien vil blive benyttet på Nanna Liljekvist og Julie Elgaards Instagram profiler for at belyse, hvordan de hver især fremstiller deres digitale identiteter. På sociale netværksmedier formes identitet på disse platforme gennem implicitte signaler, hvor 'selvet' positioneres relationelt i et netværk af sociale forbindelser og gennem kulturelle tilhørsforhold. Ifølge Danah Boyd og J. Heer (2006) opstår identitet således ikke primært gennem tekstlig selviagttagelse, men gennem et samspil af relationelle og forbrugskultur som danner ramme for individets online selvrepræsentation (Miller, 2020, s. 219).

Miller benytter sig af Zizi Papacharissi (2010), som argumentere for, at effekten af mobilkommunikation og sociale netværk ikke nødvendigvis er en opsplitning i adskilte rammer, men snarere en sammenblanding af sociale kontekster. Dette skyldes, at platforme som sociale netværk ofte bringer kontakter fra vidt forskellige dele af individets liv. Det kan være familie, venner, kolleger og bekendtskaber, alt sammen i ét samlet publikum. Når man iscenesætter sig selv på et socialt netværk, må man have in mente, at forholde sig til og forsøge at tilfredsstille forskellige publikummer, der iagttager den samme performance, men tolker den gennem deres egne relationelle og kontekstuelle linser. Det skaber et særligt pres for at præsentere en version af 'individet/selvet', der er tilpas generisk til at være acceptabel på tværs af disse sociale grupper, men samtidig tilstrækkelig personlig til at fremstå autentisk og meningsfuld. Resultatet er en kompleks identitetsforhandling, hvor selvet konstant må balancere mellem selvfremstilling og publikums opfattelse (Miller, 2020, s. 219). I dette speciale er det netop denne balancegang, der gør identitetsforhandlingen særlig kompleks for Nanna og Julie samt deres følgere, idet de som influencere skal tage

højde for, at deres publikum rummer mange forskellige målgrupper med varierende forventninger og normer.

Det ovenstående tyder på, at den tidligere nævnte sammenblanding af identitet ikke blot skaber kompleksitet, men også fungerer som et pres for identitets konsistens. Miller skriver, at der i stigende grad er individer, der bliver overvåget og fastlåst i mere kohærente og konsistente identitetskategorier, netop fordi de overvåges gennem en form for socialt netværksrum. Her bliver brugeren genstand for konstant vurdering på tværs af flere og til tider uforenlige, sociale kontekster, hvilket fører til en form for normativ forventning om sammenhæng i identitetsrepræsentationen (Miller, 2020, s. 220).

Endvidere beskriver Miller om de filosofiske diskussioner om identitet, som den franske filosof Gilles Deleuze (1991) diskuterer i sin forskning. Miller skriver, at Deleuze har et udsagn om, at 'vi er vaner' og at 'selvet har til vane for at sige 'jeg' (Miller, 2020, s. 221). Dette kan ses som en kommentar til, hvordan vores identiteter konstrueres gennem gentagne handlinger og performative praksisser, snarere end at være noget essentielt eller stabilt. For Deleuze er identitet ikke et fast begreb, men noget, der konstant formes af vaner og handlinger, som vi gentager over tid. Denne tankegang åbner op for en mere dynamisk forståelse af identitet som en proces og ikke som et fast fundament. I forbindelse med dette kan vi se, hvordan sociale netværk og online platforme bliver et konkret udtryk for denne performative tilgang til identitet. Vi placerer os selv i et netværk af relationer, forbrugsvalg og præferencer, og identiteten bliver en flydende, netværksbaseret konstruktion, der er langt fra fastlåst eller essentiel. Identiteten er noget, der kontinuerligt opdateres og rekonstrueres gennem interaktioner med andre og vores engagement med forskellige kulturer, ideer og medieplatforme (Miller, 2020, s. 221).

Det ovenstående syn på identitet som en proces stemmer godt overens med sociale netværk og online profiler. Når vi interagerer online, engagerer vi os konstant i en form for identitetsforhandling, hvor vi konstant skaber og rekonstruerer, hvem vi er. Vi er ikke en fast kognitiv kerne, men derimod en række forbindelser, handlinger og performance. På sociale medier er vi hele tiden engageret i at "performere" vores identitet i relation til de netværk og modtagere, vi er en del af, og som Deleuze skriver i det ovenstående, så er det netop denne proces, der skaber det, vi forstår som 'selvet'. Dette perspektiv flytter os væk fra idéen

om identitet som noget, vi kan "finde" indeni os selv, og opfordrer os i stedet til at tænke på selvet som noget, der skabes gennem vores handlinger, sprog og de relationer, vi indgår i. Identiteten er derfor i konstant forandring og aldrig statisk (Miller, 2020, s. 221). Miller mener, at det interessante her er, hvordan disse netværk ikke kun handler om at forholde sig til andre mennesker, men også om at forstå, hvordan teknologier og materielle objekter som smartphones, sociale netværk platforme, visuelle elementer, der tilsammen viser, hvad det vil sige at være et "jeg" (Miller, 2020, s. 222).

Afslutningsvis er den digitale kultur gået fra mere tekst og information på internettet til mere visuelt indhold. Den sociale netværks periode har skabt en kultur, hvor deling er blevet en almindelig del af social deltagelse. Det at dele et selfie er blevet en 'social handling', der er et instrument af en medieret 'socialitet', hvor man skal forholde sig til det enkelte sociale netværks medie kriterie. Der er en dobbelthed når det gælder identitet i forhold til sociale medier, der bidrager til en centrering af identitet (Miller, 2020, s. 227).

Vi ser det især relevant at supplere med Millers teori om digitale identiteter, da den digitale identitet i større grad er blevet en menneskets selvforståelse og sociale positionering i det moderne samfund, vi i dag lever i.

Analysestrategi

I det følgende afsnit vil vores analysestrategi blive beskrevet. Her vil vi redegøre for de metodiske tilgange og analytiske greb, som vi anvender til at undersøge, hvordan Nanna Liljekvist og Julie Elgaard konstruerer moderskabet på Instagram, samt hvordan dette influerer på nuværende moderskabspraksisser. Vores analyse er delt op i tre dele, som i det følgende vil blive beskrevet med et fokus på, hvordan de hænger sammen og supplerer hinanden.

Første analysedel - Identifikation af multimodale diskurser

Formålet med den 1 analysedel er, at vi vil fremanalysere multimodale diskurser ud fra en diskurspsykologisk tilgang. Dette vil vi gøre ved at undersøge, hvordan holdninger, identiteter og følelser konstrueres og opretholdes diskursivt gennem kommunikation på det

sociale medie Instagram. I og med, at vi har udvalgt data, som består af opslag på Instagram til denne 1 analysedel, har vi valgt at have en multimodal tilgang til diskursanalysen, da diskurser i online fora typisk ikke kun etableres af en skriftsproglig modalitet, men af multimodaliteter, der alle bidrager til konstruktionen af moderskabspraksisser. Vi vil derfor analysere på billede, tekst, lyd, stemninger, samt kommentarspor af vores udvalgte influencere, Julie Elgaard og Nanna Liljekvist, og vores analyse anlægger på denne måde både et afsender- og modtagerperspektiv, da vi både laver analyser af opslag og kommentarspor.

Anden Analysedel - Identifikation af digitale identiteter

Vi vil for denne analysedel analysere, hvilke teoretiske perspektiver der knytter sig til de multimodale diskurser, for at undersøge, hvordan disse moderskabspraksisser kan være medvirkende til at danne særlige digitale identiteter. Vi vil analysere hvilke perspektiver på den digitale identitet, som knytter sig til de enkelte fremanalyserede multimodale diskurser.

Tredje analysedel - Moderskabets potentialer og mulige begrænsninger i en digital kontekst for nuværende moderskabspraksisser

Vores 3 analysedel har til formål at besvare, hvilken påvirkning konstruktionen af moderskabet på de sociale medier kan have på nuværende moderskabspraksisser. Her vil vi videre nuancere og udfordre resultaterne fra analysedel 1 og 2 gennem en analyse af fokusgruppedata fra et modtagerperspektiv og på denne måde udfolde måderne, hvorpå de digitale moderskabspraksisser kan influere nuværende moderskabspraksisser. Dette belyses gennem identificerede mønstre af betydning i vores tematisk inspireret analyse af vores fokusgruppeinterviews.

Analysedelen vil ydermere gå i dialog med indsigter fra vores litteraturreview, hvor vi med indsigter fra vores fokusgruppeinterviews vil nuancere og perspektivere vores fund. På den måde skaber vi en kobling mellem tidligere forskning og de empiriske fund, vi har gjort os, hvilket muliggør en mere dybdegående og kontekstualiseret analyse af, hvordan moderskab konstrueres og opfattes i en digital kontekst.

Analyse

Analysedel 1 - Identifikation af multimodale diskurser

I det følgende afsnit analyseres Nanna Liljekvists og Julie Elgaards Instagram profiler med afsæt i de udarbejdede tematiske analyser for deres profiler, og de kan tilgås i bilag 7 og 8. Formålet med analysedel 1 er at identificere de multimodale diskurser, der præger deres konstruktioner af moderskabet, samt at belyse, hvordan disse bidrager til forståelsen af moderskabet i en digital kontekst.

I analysedel 1, med afsæt i Kress og van Leeuwens (2006-2021) multimodale teori samt vores diskursforståelse, fremanalyserer vi multimodale moderskab diskurser ved at identificere tekstuelle og visuelle elementer, som tilsammen konstruerer et mønster af betydning.

Da vi arbejder med to vidt forskellige influencere, er det vigtigt at gøre opmærksom på, at vi i analysen vil trække på forskellige multimodale begreber, da deres udtryk og kommunikationsformer varierer betydeligt. Det betyder, at vi tilpasser vores multimodale begrebsapparat til den enkelte influencer, for på bedste vis at indfange og forstå de måder, hvorpå moderskabet konstrueres på deres Instagram profiler.

Nanna Liljekvist

Som mor deler Nanna Liljekvist glimt fra sin hverdag på Instagram og åbner dermed op for, hvordan moderskabet iscenesættes og forhandles i det digitale rum.

Den tematiske analyse af Nannas Instagram profil har produceret fem temaer, som kan læses i bilag 7: "Livet med børn", "ryk til idealerne", "kvindekroppen", "livet som mor" og "graviditet". Disse temaer vil danne rammen for analysen af Nannas konstruktion af moderskabet på hendes Instagram profil. I denne analysedel 1 undersøges de visuelle og tekstuelle greb, der anvendes til at konstruere de multimodale diskurser, samt de mønstre og tendenser, der kendetegner Nanna Liljekvists digitale selvfremsstilling. Samtidig vil vi inddrage udvalgte kommentarer fra Nannas Liljekvist følgere for at undersøge, hvordan de

forholder sig til de multimodale diskursive positioner, som Nanna Liljekvist i sine opslag etablerer. Vi vil med dette få et indblik i, hvordan moderskab diskurserne forhandles og reproducere i det digitale samspil mellem Nanna Liljekvist og hendes følgere.

Livet med børn

Et gennemgående tema for Nanna Liljekvists Instagram profil er "livet med børn", hvor hun deler situationer og øjeblikke fra hverdagen som mor. Gennem billedopslag, videoer og tekst skaber hun en konstruktion om moderskabet, som indeholder både hyggelige, kaotiske og udfordrende aspekter af familielivet.



Billede 1 – Nannas Instagram profil

I billede 1 ses et opslag, hvor Nanna deler en hverdagssituation som mor. Opslaget består af en video, hvor hun hektisk leder efter et stykke legetøj til sine børn, selvom hun godt ved, at det ikke længere findes i hjemmet - hun har nemlig foræret det væk, da hendes børn ikke har leget med det i over et år. Til videoen er der lagt underlægningsmusik ind, som er med til at understøtte videoens budskab ved at forstærke den humoristiske og hektiske stemning. Musikken bidrager til at fremhæve den kaotiske tone i Nannas jagt på legetøjet, og kan være med til at gøre det lettere for modtageren at relatere til den hverdagsproblematik, som Nanna forsøger at skildre i videoen. Samtidig er der lagt en effektlyd af barnegråd ind over

underlægningsmusikken, og dette er med til at skabe en ekstra dimension af kaos og pres i situationen. Effektylden i form af barnegråden er med til at understrege den stressende situation, som mange forældre kan opleve, når de prøver at imødekomme børnenes behov, hvilket også kan ses som Nannas budskab med sit opslag. I sin kommunikation med sine følgere skaber Nanna en direkte relation til modtageren igennem demand. Dette ses på hendes måde at skabe direkte øjenkontakt ved at kigge ind i kameralinsen og dermed kan modtageren føle sig set og videoen bliver derfor mere personliggjort mellem Nanna og modtageren. Hun konstruerer sig selv som en almindelig mor, som oplever de samme udfordringer, som vi antager, at mange af hendes følgere muligvis kan relatere sig til. Gennem et opslag som dette kan følgerne føle sig set og inkluderet, fordi Nanna vælger at dele en uperfekt og hektisk situation uden at skjule moderskabets frustrerende sider. Tværtimod sætter hun netop fokus på dem ved at bruge humor som virkemiddel.

Videoen er samtidig optaget i normalperspektiv, og ved at Nanna har placeret kameraet i øjenhøjde, opnår hun en mere direkte og personlig kommunikation med sine følgere, hvilket også kan være med til at forstærke autenticiteten og relationen i opslaget. Begrebet ordinariness af Enli (2015) handler om at fremstå almindelig. Jo mere almindelig og hverdagsagtig man som afsender virker, desto mere autentisk bliver man opfattet af sine modtagere. Dette ser vi netop i Nannas opslag, hvor hun undgår at konstruere moderskabet perfekt, men hun deler i stedet et ærligt og uperfekt øjeblik fra hverdagen, hvilket kan være med til at gøre hendes indhold mere relaterbart og autentisk for hendes følgere. Et andet virkemiddel som kan siges, at være med til at styrke opslagets budskab er humor. I opslaget er det tydeligt at se, at Nanna bruger humoren som virkemiddel til at nå frem med sit budskab. Ifølge Stigel (2008) kan humor være med til at gøre et budskab mere uformelt og nede på jorden, hvilket kan få afsenderen i øjenhøjde med modtageren. I Nannas opslag ser vi præcis dette, da det er tydeligt, at hun bruger humor til at lette på en kaotisk og hektisk situation i moderskabet. Hun forsøger at gøre en hektisk situation genkendelig ved at lave sjov med det, og hun skaber et uformelt rum, hvor hendes oplevelser som mor både kan fremstå ægte og relaterbar for modtagerne. Humoren som et æstetisk element er for opslaget med til at lette stemningen i en ellers iscenesat hektisk situation med børn. Gennem sit budskab i opslaget formår Nanna at skabe en følelse af fællesskab og gensidig forståelse blandt sine følgere, hvilket afspejles i de mange positive og støttende kommentarer til opslaget i billede 2. Samtidig gør hun brug af strategien forstyrrelse, da hun

med opslaget forstyrrer den gængse norm om det perfekte og idylliske moderskab ved at vise sine følgere en kaotisk og uperfekt hverdagssituation - jagten på et stykke legetøj, der ikke længere findes. Humoren i situationen fungerer altså som et æstetisk forstyrrende element, da den bryder med den polerede konstruktion af moderskabet, som ifølge Knauf og Schramme (2023) ses præge de sociale medier i høj grad, og i stedet skaber hun et autentisk og relaterbart billede, hvilket afspejles i følgernes respons på opslaget i kommentarsporet (billede 2). Gennem lydelementer som barnegråd og musik forstærkes kaosset, hvilket understøtter det uperfekte aspekt af moderskabet og udfordrer de gængse normer for, hvordan moderskab typisk præsenteres på sociale medier.

Set med diskurspsykologiske briller bliver Nannas opslag en aktiv sproghandling, hvor hun ikke blot viser en almindelig hverdagssituation, men samtidig er med til at forme både sin identitet som en "almindelig mor" og en bestemt forståelse af moderskabet. Ifølge diskurspsykologien er sprog ikke bare noget, vi bruger til at udtrykke os med - det er noget, der skaber handling og former vores virkelighed. Gennem både sproglige og visuelle virkemidler, som for eksempel humor, barnegråd og hektisk underlægningsmusik, konstruerer Nanna et billede af moderskabet som kaotisk, uperfekt og menneskeligt. Hun bryder med idealet om det perfekte moderskab og inviterer følgerne ind i en fælles oplevelse, hvor hverdagskaos og genkendelighed danner grundlag for en relation. På den måde bidrager hun til det, som man kan kalde en "hverdagskaos diskurs", hvor det ærlige og ufiltrerede liv som mor bliver synligt og relaterbart. I diskurspsykologisk forstand er det netop gennem den slags sociale interaktioner og iscenesættelser, at følelser og identiteter bliver til. De er ikke faste størrelser, men noget, der hele tiden forhandles i konteksten.

Nannas brug af humor som et æstetisk element fungerer som en form for strategisk forstyrrelse, hvor hun udfordrer idealiserede forestillinger om moderskabet. Humor kan i denne sammenhæng ses som et retorisk greb, der gør budskabet mere uformelt og tilgængeligt. Humoren kan være med til at skabe en følelse af fællesskab for følgerne, som ikke blot kan genkende situationen, men også føle sig inkluderet i en multimodal diskurs, hvor det uperfekte er tilladt og værdsat. Dette afspejler diskurspsykologiens pointe om, at sprog ikke alene afspejler virkeligheden, men det er også med til at forme den sociale virkelighed, vi navigerer i.

Samtidig indgår opslaget i en bredere kulturel og social kontekst, hvor moderskabet på de sociale medier ofte fremstilles som idealiseret og glansbilledeagtigt (Knauf & Schramme, 2023; Güzel, 2023; Gawrońska & Sikorska, 2023). Ved at vise en kontrast til denne dominerende diskurs på de sociale medier, udfordrer Nanna de eksisterende normer for, hvordan mødre bør opføre sig eller fremstå online. Hendes opslag bliver derfor ikke kun en personlig fortælling, men også en lille, men betydningsfuld handling, hvor hun med sit sprog er med til at åbne op for andre og mere realistiske måder at opleve og forstå moderskabet og dets udfordringer på.

Billede 2 viser et udvalg af følgernes reaktioner på det opslag, hvor Nanna deler en kaotisk hverdagssituation med sine børn. I kommentarsporet bekræftes og anerkendes den linje, Nanna har lagt for sin kommunikation af moderskabet som kaotisk og humoristisk, hvilket understøtter den tone og konstruktion, hun præsenterer.



Billede 2 - kommentarspor på Nannas Instagram profil

Kommentarer som "Haha har jeg også oplevet et par gange med begge mine 😂😂😂" og "Det var mig i sidste uge og mig i næste uge igen. Jeg er i forårsrengøring (manisk) tilstand 🧹", viser at hendes følgere er enige i og støtter den linje, Nanna for sin

kommunikation har lagt. De relaterer sig til hendes oplevelser og bekræfter dermed hendes konstruktion af moderskabet som noget uperfekt og humoristisk, hvilket hjælper med at opretholde hendes ansigt i denne kontekst (Goffman, 2004). Følgernes kommentar fungerer altså som en form for støtte, der ikke kun bekræfter Nannas fortælling, men kommentarerne er også med til at medskabe og bekræfte hendes multimodale diskursive position, som en selvironisk og autentisk mor, som tør vise moderskabets kaos og uperfekte sider.

Den autenticitet, som Nanna præsenterer, skal dog forstås i lyset af Enlis (2015) begreb mediated authenticity, hvor de "rå øjeblikke", som Nanna i et opslag som dette fremstiller, stadig er nøje kurateret og tilpasset mediets krav om en iscenesat situation, som har til formål at fremstå autentisk. Opslaget kan derfor ikke betragtes som fuldstændig autentisk, da autenticiteten er resultatet af forskellige strategier og greb, der tilsammen skaber et indtryk af ægthed.



Billede 3 - Nannas Instagram profil

I billede 3 ses et opslag, hvor Nanna deler sine tanker og følelser om, at hendes børneflokk snart vil vokse, og at hun står overfor at sige "farvel" til deres nuværende familieform som

en enhed på fire. Hun reflekterer over denne ændring og de følelser, der følger med at skulle tilpasse sig en ny dynamik i familien, når endnu et barn kommer til verden. Nanna deler i dette opslag sine tanker og følelser, og hun inviterer derfor sine følgere med backstage i sine inderste tanker og følelser om moderskabet og familielivet. Opslaget består af 3 billeder, bestående af Nanna, et billede af Nanna i selskab med hendes drenge og et billede af Nanna i selskab med hendes drenge og deres bedsteforældre. De er allesammen med til at skabe en visuel betydning og de kan derfor kategoriseres som participants, hvilket er med til at understøtte den repræsentationelle funktion og er alt sammen med til at skabe betydning. Dette understøtter også hendes valg af billederne, hvor vi betegner disse som casual photos, da de ser uformelle ud og æstetik ikke er den primære prioritet i formidlingen af Nannas budskab.

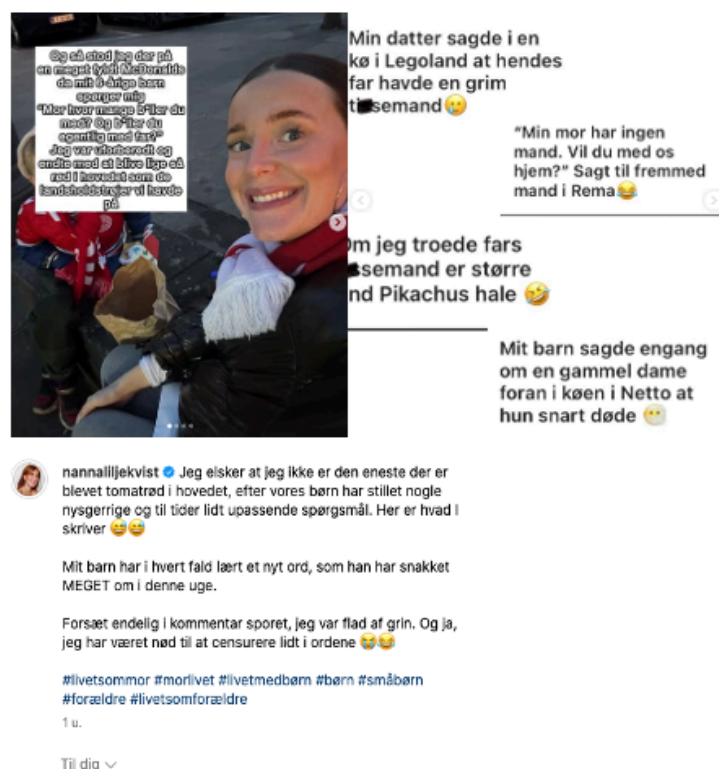
Hvis vi ser på den kompositionelle betydning, er placeringen af objekterne, Nanna, hendes drenge og bedsteforældre, placeret i centre, hvilket kan tolkes som en visuel understregning af, at familien er i centrum for hendes liv. Framing bruges til at analysere, hvordan objekterne i billederne, Nanna, hendes to drenge og bedsteforældrene er forbundet. Nanna og hendes familie er i billederne tydeligt forbundet gennem deres placering i centre, hvilket kan være med til at skabe en følelse af connection. Objekterne i billederne er tæt forbundet, og deres placering understøtter idéen om, at familien er én enhed. Denne framing får dem til at fremstå som en integreret gruppe, samtidig med at den afspejler hendes refleksioner over, hvordan familien som en helhed vil blive påvirket af de kommende forandringer, og hvordan hendes identitet som mor samt familiens dynamik vil udvikle sig.

Samspillet mellem farver og lys i billederne bidrager til opslagets atmosfære, idet de fremstår naturlige og uden tydelig billedredigering. For eksempel er skyggen fra solen intakt, hvilket kan være med til at skabe en autentisk atmosfære for billedet. Dette kan samtidig være med til at sikre en høj validitet for billedernes autentiske og naturlige udtryk. Ved at lade solens skygge forblive i billedet bevarer Nanna en visuel æstetik, der fremstår både ægte og uperfekt, hvilket styrker de relaterbare og autentiske fortællinger om hendes liv. Dette visuelle valg bidrager til en oplevelse af høj validitet, idet det fremstår som en naturlig og ikke-manipuleret gengivelse af hendes oplevelser. Igen får begrebet ordinariness relevans i og med, at Nanna i et opslag som dette fremstår som en almindelig mor, som deler sine tanker og følelser om at tilpasse sig en ny familiedynamik. Man kan argumentere for, at

hendes autenticitet kommer til udtryk gennem en ærlig fortælling, hvor hun bevidst undgår at forskønne situationen, hvilket gør hende mere genkendelig og relaterbar for sine følgere.

Disse modaliteter er med til at tegne en "sårbar moderskabsdiskurs", hvor det følelsesmæssige gøres legitimt og værdifuldt. Ved at dele sine refleksioner om forandringer i familien og sine følelser omkring det at skulle give slip på en velkendt familieform, positionerer Nanna sig som en mor, som tør at dele og stå ved sine følelser.

Et opslag som dette kan analyseres med afsæt i diskurspsykologien med sit perspektiv på, hvordan følelser, identiteter og holdninger bliver konstrueret gennem sprog og kommunikation. Idet Nanna deler åbent om sine følelser og tanker omkring moderskabet og familiens snarlige forandringer, er hun med til at forme den "sårbar moderskabsdiskurs". Moderskabet bliver altså her fremstillet som noget følsomt og til tider komplekst, og med denne sproglige praksis kan følgere få en større forståelse for, hvordan moderskabet også kan være, hvilket kan gøre noget i verden. Nanna forsøger med sit opslag at sætte et følelsesmæssigt rum og derigennem skabe en nærværende relation til sine modtagere. Idet Nanna deler sin usikkerhed og sårbarhed i rollen som mor, konstruerer hun sig som en mor, som aktivt viser, at hun ikke har alle svarene i moderskabet. Dette kan være med til at udfordre den dominerende moderskabsdiskurs på de sociale medier, hvor det oftest ses, at moderskabet fremstilles poleret og harmonisk (Knauf og Schramme, 2023). Den "sårbare moderskabsdiskurs" bliver i denne forbindelse et redskab til at forhandle, hvad det vil sige at være en god og perfekt mor, og samtidig kan den multimodale diskurs være en måde at skabe et fællesskab med andre mødre, som kan spejle sig i Nannas tanker og følelser.



Billede 4 - Nannas Instagram profil

I billede 4 deler Nanna et personligt og akavet øjeblik fra sit liv som mor til små børn. Hun beskriver en situation, hvor hendes barn har spurgt om noget upassende i offentligheden foran andre mennesker. Nanna inviterer sine følgere med backstage i hendes liv, hvor hun åbent og ærligt deler en situation, som mange forældre sikkert også har stået i og kan relatere sig til. Ved at gøre det giver hun et ærligt indblik i et af moderskabets mange facetter og skaber en relaterbar fortælling, som man i kommentarsporet kan se, at hendes følgere kan spejle sig i. Dette bliver beskrevet yderligere senere i afsnittet.

Igen gør Nanna brug af casual photos, da fotoet fremstår uformelt og blot dokumenterer et spontant øjeblik i hendes liv med sine børn. Billede og tekst komplementerer hinanden og kan siges at skabe et autentisk udtryk. Teksten forklarer, at de har stået i kø på McDonald's, da hendes søn pludselig spørger om noget upassende. På billedet sidder hendes søn i deres cykelvogn med en McDonald's pose, og dette understøtter indtrykket af et ægte, uplanlagt øjeblik, hvor tekst og billede komplementerer hinanden. Kombinationen af det uformelle billede og den ærlige tekst kan være med til at fremme en følelse af relaterbarhed

og autenticitet hos andre mødre, hvilket kan være med til at styrke relationen mellem Nanna og hendes følgere. Man skal dog være bevidst om, at autenticiteten på de sociale medier rummer en iboende dobbelthed, og det "ægte" vil altid være medieret. For at noget kan blive til indhold, skal det optages, og når Nanna vælger at fotografere en situation som denne, bliver hun bevidst om, hvordan det kan fremstå autentisk. Derfor kan man sige, at autenticiteten i denne sammenhæng ikke er en helt ufiltreret gengivelse af virkeligheden, men derimod en bevidst iscenesættelse af ægthed, der er nøje kurateret af Nanna.

I teksten til opslaget (billede 4) refererer Nanna til, at hun inden postet af opslaget, har spurgt sine følgere, hvilke lignende situationer, de har stået i. Med dette interagerer hun aktivt med sine følgere, hvilket kan være med til at skabe en følelse af fællesskab og samhørighed samt understøtte den autentiske og relaterbare tilgang til moderskabet. Her gør hun endnu engang brug af demand - hun inviterer sine følgere til at dele deres egne erfaringer og tanker, hvilket både skaber direkte relation og dialog med følgerne. Dette er endnu et greb, der kan være med til at styrke relationen mellem hende og hendes følgere.

Spontaneity og immediacy ses tydeligt i et opslag som dette, hvor Nanna deler en uplanlagt og umiddelbar oplevelse fra sit liv som mor. Spontaneity kommer til udtryk ved, at Nanna ikke bevidst har iscenesat situationen, men derimod deler et ærligt og umiddelbart råt øjeblik fra en oplevelse på McDonald's med sine følgere. Opslaget fremstår derfor autentisk og ufiltreret i sin tone og visuelle konstruktion, til trods for, at det er medieret. Immediacy kommer til udtryk i opslaget, da det skaber en følelse af "togetherness". Nanna deler en umiddelbar oplevelse, som hendes følgere kan relatere sig til, og hun opfordrer dem samtidig i hendes tekst til at dele deres egne oplevelser. Dette kan styrke relationen mellem Nanna og hendes følgere, da de kan føle sig tættere forbundet i et fælles "nu", hvor de sammen konstruerer mening og autenticitet. En høj validitet opnås i Nannas opslag, da samspillet mellem farver og lys i billedet harmonerer med den atmosfære, som hun forsøger at formidle. Billedet, der dokumenterer et spontant øjeblik, fremstår ægte, da det er tydeligt i billedet, at lys og farver ikke er kunstigt manipuleret, men passer naturligt til den ægte og uperfekte oplevelse, Nanna deler. Dette understøtter opslagets troværdighed og den autentiske stemning, hvor Nanna inviterer sine følgere med backstage i hendes liv. Billedet er taget i et selfie-format, hvor Nanna direkte kigger ind i kameraet. Denne komposition

skaber også en form for demand, da hendes øjenkontakt med kameraet kan være med til at skabe endnu en direkte relation til modtageren.

Et opslag som dette indskrives sig i en "akavet moderskabsdiskurs", hvor Nanna konstruerer moderskabet som præget af pinlige øjeblikke - noget hendes følgere bekræfter i kommentarsporet, hvor flere deler lignende erfaringer. Denne multimodale diskurs er med til at bryde med idealer om den perfekte og kontrollerende mor, som erstattes med en ærlig fortælling, hvor det at komme ud i nogle pinlige og ukontrollerbare situationer som mor med sine børn normaliseres.



Billede 5 - Kommentarspor på Nannas Instagram profil

Som det kan ses i kommentarsporet i billede 5, responderer Nannas følgere på hendes opfordring ved at dele deres egne pinlige oplevelser med deres børn. En følger skriver eksempelvis; "Min 4 årig datter som siger til mig "skal jeg bide dig i tissekone" foran vores nye naboer på plus 80 år 😂😂😂". Kommentaren afspejler, hvordan følgerne indgår i et fællesskab omkring det uperfekte moderskab, hvor pinlige oplevelser og tab af kontrol over

sit barns adfærd bliver normaliseret og italesat med humor. Dette interaktive element er centralt i skabelsen af en oplevet fælles virkelighed og understøtter følelsen af, at både Nanna og hendes følgere er en del af et fællesskab, hvor det uperfekte og spontane moderskab bliver anerkendt og delt. På den måde bliver opslaget ikke kun et udtryk for Nannas oplevelse, men en fælles platform for identitetsforhandling og erfaringsudveksling omkring moderskabets også pinlige sider.

Set i et diskurspsykologisk perspektiv bidrager dette til, at både følelser og identiteter bliver skabt i det sociale samspil, og i dette tilfælde gennem sproglige og visuelle handlinger, der understøtter "en akavet moderskabsdiskurs". Det er ikke bare Nannas fortælling, men en kollektiv fortælling, hvor mødres hverdagserfaringer mødes og får plads, og hvor den dominerende diskurs om det glansbilledagtige og kontrollerende moderskab udfordres.

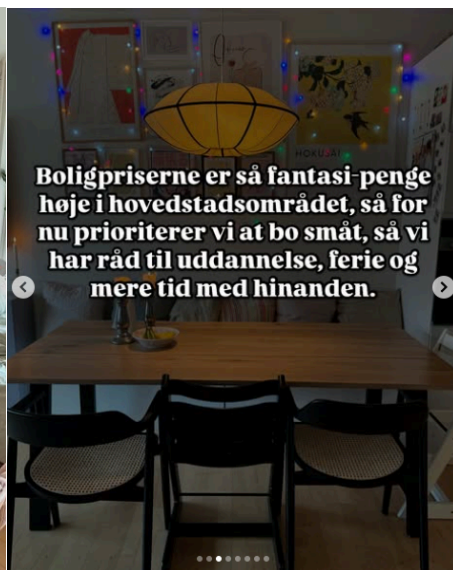
Rykke til idealerne

Et andet gennemgående tema for Nannas Instagram profil er at forsøge at "rykke til idealerne", især når det handler om moderskabet, familielivet og kvindekroppen. I stedet for at konstruere et poleret og urealistisk billede af moderskabet og kvindekroppen efter fødslen, vælger Nanna at dele de ægte og ofte uperfekte sider af sin oplevelse som både mor og kvinde i et forsøg på at bryde med normerne.

I billede 6 ses et opslag, hvor Nanna i en billedserie af 8 billeder bevidst argumenterer for deres valg om, at bo småt med to små børn. I teksten til opslaget ytrer Nanna, at hun har en følelse af, at hun hele tiden skal forsvare deres valg af boligsituation, og hun ønsker blot, at man kan anerkende, at der ikke kun er én måde at være familie på, og at alle familier har forskellige behov. Opslaget består af en billedserie, hvor Nanna har tilføjet tekst på hvert billede, som fortæller hendes tanker og følelser om valget af at bo småt som familie. Alle billederne er taget i hendes hjem, hvilket gør hjemmet til et symbol på hendes personlige valg og den måde, familien skaber en tryk og kærlig hverdag for deres børn. Her er Nanna igen med til at udfordre den dominerende diskurs om, hvordan et børnefamilie hjem bør se ud.



Hvor ville jeg ønske at vi kunne blive enige om at der ikke kun en rigtig måde at være familie på



Boligpriserne er så fantasi-penge høje i hovedstadsområdet, så for nu prioriterer vi at bo småt, så vi har råd til uddannelse, ferie og mere tid med hinanden.



Vi bor snart 5 mennesker på 64 kvm og ved ikke hvornår eller om vi skal videre.



Vores børn deler værelse. Men de er alligevel aldrig derinde. De er altid hvor vi er. De sover der kun, men kommer krøbende ind til os om natten



Mine små børn efterspørger ikke privatliv. De følger efter os voksne hvor vi går hen. Selv på toilettet 😊



Vi sætter ikke børn i verdenen uden at have råd til det. Vores børn har mad, vintertøj, tag over hovedet og vigtigst af alt kærlighed og masser af tid med os.



Vi forbeholder os retten til at leve på vores måde. Også selvom der er meget få mennesker der forstår vores valg.



Hvis/når vores behov ændrer sig, så tager vi den derfra. Men for nu fungerer det her for os ❤️



nannalijekvist 🌟 Hvor ville jeg ønske at vi kunne anderkende, at det der er rigtigt for os, ikke nødvendigvis er rigtigt for alle. Og at der ikke kun er en måde at være familie på.

Mine børn mangler ingenting. Også selvom jeg bliver ved med at skulle forsvare vores boligsituation. Godt nok har vi mange kvadratmeter, men vi har tid, kærlighed, nærvær, mad på bordet og tag over hovedet. Det er alt jeg og min familie drømmer om.

Mine børn har det godt. Det laver få kvadratmeter ikke om på. Bum. 🍑

#smallliving

15 u.

Billede 6 - Nannas Instagram profil

Framing teorien benyttes til at analysere den kompositionelle betydning i billedet, altså hvordan objekterne, herunder Nanna, børnene og boligindretningen er forbundet i billederne. Der skabes en visuel connection, idet børnene optræder i forskellige hverdagssituationer i hjemmets rum, tæt på hinanden og Nanna. Denne forbindelse mellem personer og omgivelser understøtter fortællingen om et lille hjem præget af nærvær og fællesskab, frem for fysiske kvadratmeter. Framing fungerer her som en meningsskabende ramme, hvor den integrerede sammensætning af elementerne signalerer, at det er muligt at leve godt og tæt som familie på lidt plads. Nanna bruger billederne til at gøre det klart, at hendes hjem er et sted, hvor kærlighed og nærvær er vigtigere end størrelsen på boligen. For at skabe en direkte relation til modtageren benytter Nanna sig af demand ved at anvende bydeform, da hun henvender sig direkte til sine følgere. Dette kan ses i teksten for opslaget i billede 6. *“Hvor ville jeg ønske, at vi kunne blive enige om, at der ikke kun er en rigtig måde at være en familie på”*. Ved at bruge denne direkte henvendelse, engagerer Nanna sine følgere aktivt og opfordrer dem til at reflektere over deres egne holdninger. Bydeformen kan være med til at skabe en følelse af nærhed og appel, hvor Nanna ikke blot deler sine egne tanker, men også opfordrer sine følgere til at overveje og anerkende alternative måder at leve på, hvilket kan være med til at styrke kommunikationen og kan være et forsøg på at skabe en fælles dialog. I billede 6 ses billedserien, hvor Nanna på et af billederne har indsat en hvid tekstboks, som er en kommentar fra en følger, som kan ses i det følgende citat; *“Lyder lidt spøjst, at man har råd til en unge mere, men ikke til en lidt højere husleje, så man kan give sine børn det privatliv og plads de har fortjent”*. Denne kommentar fra en følger trækker på en diskurs, hvor det ses som normen, at hvert barn i en familie skal have sit eget værelse i den bolig, familien bor i, så de kan få privatliv og den plads, som børn “fortjener”. Denne diskurs understøtter ideen om, at privatliv og individuel plads er nødvendige for børns udvikling og trivsel. Nanna præsenterer derimod en alternativ multimodal diskurs, som man kan kalde for en “småt-men-godt-diskurs”. Hun præsenterer et synspunkt, hvor et barn ikke nødvendigvis har brug for privatliv og meget plads, men derimod et tæt familiært liv, hvor man fysisk er sammen og deler rum.

Ved at Nanna deler billeder af deres lille bolig, udfordrer Nanna den etablerede diskurs om privatliv og individuel plads for børn som kommentaren fra en følger trækker på. Ved at integrere et screenshot af kommentaren i billedet, foretager hun en bevidst iscenesættelse, der aktivt forhandler med den diskursive position, kommentaren udtrykker. Ved at gøre dette

udfordrer Nanna ikke blot de sociale strukturer, der dikterer, hvordan familielivet bør se ud, men hun er også med til at skabe en diskursiv forandring, der stiller spørgsmålstejn ved de etablerede samfundsnormer. Gennem sit sprog og de billeder, hun deler, bidrager Nanna til at forme og producere en multimodal diskurs, hvor familielivet ser ud på en anden måde end den etablerede diskurs om privatliv og individuel plads. På samme tid udfordrer og reproducerer hun forestillinger om, hvad der anses som 'rigtigt' og 'forkert', både når det gælder boligstørrelse for børnefamilier og idealer for, hvordan moderskabet skal se ud og leves. Nannas opslag indikerer en personlig og ærlig multimodal diskurs, men er samtidig et nøje kurateret opslag, som er tilpasset mediets krav.

Mediated authenticity opstår i mødet mellem afsender og modtager. Nanna anvender forskellige virkemidler, såsom redigering, hvor hun har indsat en kritisk kommentar fra en følger på billedet. Enli kalder dette for authenticity illusions, altså teknikker, der tilsammen skal få det rå materiale manipuleret, så det passer med målet, som vi mener er, at hun udfordrer den etablerede diskurs om privatliv og individuel plads. Med Goffmans teori i mente, kan det argumenteres for, at modtageren bliver inviteret backstage, men med Enlis teori skaber dette en dobbelt virkning, da et opslag som dette også er iscenesat og nøje planlagt.



Billede 7 - Kommentarspor på Nannas Instagram profil

I billede 7 ses et udpluk af kommentar til Nannas opslag omkring bolig og familieliv. Hendes følgere anerkender den linje, som Nanna har lagt for sin kommunikation. En følger skriver i den forbindelse; *“Lykken er ikke i det største hus på vejen, men i det hus hvor hjertet har plads nok ♥”*. En kommentar som denne viser, at hendes følgere genkender og støtter den linje og identitet, som Nanna har lagt for sin kommunikation, og deltager dermed i en fælles diskurs om, hvad et godt familieliv er. Ifølge Goffman (Goffman, 2004) handler ansigtsarbejde om at opretholde et positivt billede af sig selv gennem en bevidst kommunikationsstrategi - en linje, der, når den anerkendes af andre, sikrer, at ens “ansigt” forbliver intakt. I Nannas tilfælde betyder den positive respons fra hendes følgere, at hendes online identitet bekræftes, og at hun fortsat opfattes som autentisk og troværdig.

Følgernes gensidige anerkendelse kan man sige spiller en central rolle i, hvordan Nanna udfordrer de traditionelle idealer om familieliv og boligsituation. Når Nanna modtager kommentarer, der bakker op om hendes budskab om, at nærhed og kærlighed vægter højere end hjemmets størrelse, styrker det hendes position som influencer, der søger at udfordre og omforme dominerende samfundsdiskurser.

Nanna er også en influencer, som deltager i betalte samarbejder. Influencer-mødre som Nanna deler personlige historier om moderskabet på sociale medier og de opfattes som troværdige kilder til både inspiration og forbrugerbeslutninger (Ouvrein, 2022; Holiday, 2021; Beuckels & De Jans, 2022). I sine betalte samarbejder kombinerer Nanna ofte reklamen med et tydeligt budskab, som relaterer sig til familielivet. I hendes betalte samarbejder, hvor hun kombinerer produktpromovering med personlige fortællinger, bliver Nanna ikke kun en formidler af produkter, men også en aktør, der skaber mening og influerer sine følgere gennem multimodale diskursive praksisser. Et konkret eksempel på dette ses i billede 8, hvor Nanna i en video reklamerer for rengøringskosten Swiffer.



nannaliljekvist
 Betalt partnerskab
 Originallyd

...



nannaliljekvist Annonce @swiffer - Det er saftsuseme svært at følge med i rengøring og oprydning når man har små børn😂. Vi priser os ret lykkelige for vi ikke har flere kvadratmeter at gøre rent, men fordi vi heller ikke bor så stort, kan der hurtig opstå meget støv.

Vi er glade for swiffer herhjemme, som hjælper os med at gøre rent på ingen tid. Vi bruger deres duster til at støve af. Den er genial både i hjørner og på al vores elektronik, der bare står og samler støv. Og så er deres 2-i-1 gulvkit genial. Den fungerer både med deres tørre og våde servietter, der dufter fantastisk. Vi bruger den som kost og når vi lige skal have fjernet en enkel eller mange pletter på gulvet 🧹

Så, ja... Skærmtid kan diskuteres, men til 5 minutters oprydning kan det altså noget 😂

#swiffer

Billede 8 - Nannas Instagram profil

Hun anvender humor til at promovere produktet, samtidig med at hun berører et ofte diskuteret emne i samfundsdebatten, hvilket er børns skærmtid (Frost, 2023). Videoen starter med teksten “Børn og skærmtid er skræmmende”, efterfulgt af en bemærkning: “Men endnu mere skræmmende er, når børn får skærmtid” og teksten fortsætter med: “Kan forældre rent faktisk få ordnet ting”. Kombinationen af underlægningsmusik, samt den repræsentationelle funktion, hvor handlingsprocessen mellem Nanna og hendes mand, der

på humoristisk vis, benytter sig af kosten dansende i deres køkken til musikken, samt deres ansigtsmimik er med til at understøtte humoren, som et nøje kurateret valg som virkemiddel. Ved at Nanna og hendes mand bruger rengøringskosten på en humoristisk og relaterbar måde, kobler de produktet til de daglige udfordringer med at finde tid til praktiske opgaver som rengøring i en travl småbørnsfamilie. Hun producerer en multimodal diskurs i opslaget med videoen ved at humoren bliver understøttet af den repræsentationelle funktion, hvor det visuelle Nanna og hendes mand optræder i deres hjem.

Denne tilgang giver hende mulighed for at opbygge en relation til følgerne, samtidig med at hun aktivt forhandler den gældende forståelse af moderskab og forældreskab inden for den aktuelle diskurs. Nannas humoristiske tilgang til emnet skærmtid fungerer som en måde at forhandle den dominerende diskurs om børns skærmforbrug. I stedet for at fremstå belærende eller fastholde ét bestemt syn på god forældrepraksis omkring skærmtid, åbner hun op for en mere nuanceret og relaterbar samtale. Gennem humor forsøger hun at skabe rum for, at forældre kan genkende sig selv i dilemmaet og måske reflektere over deres egne valg uden at føle sig dømt.

I sine betalte samarbejder, kombinerer Nanna produktpromovering med personlige fortællinger og træder dermed ikke blot frem som formidler af produkter, men også som en aktør, der udfordrer og former idealerne omkring moderskab og forældreskab. Med opslag som dette åbner hun op for en diskussion om samfundets idealer ved forældreskab og indskriver sig i en "anti-glansbillede diskurs", hvor det polerede moderskab erstattes af ærlige og rå fortællinger om hverdagslivet med børn. I dette opslag konstruerer Nanna sig som en mor, der ikke forsøger at skjule hverdagens udfordringer.

I billede 9 ses et opslag, hvor Nanna med sin tekst til opslaget "*Rigdom kan ikke måles i penge*" forsøger at bryde med normen om, at økonomisk velstand og materielle goder er de vigtigste mål for succes og lykke i livet. I opslagets 11 billeder ses Nanna i forskellige situationer med sine nære relationer, som kan læses som visuelle symboler på den form for "rigdom", som Nanna tillægger værdi. Billederne kan betegnes som casual photos, da de fremstår uformelle og skildrer oplevelser og spontane øjeblikke fra Nannas liv, hvor det ikke er æstetikken, men hverdags autenticiteten, som er i fokus. Med dette budskab udfordrer hun den dominerende diskurs om "rigdom", som noget, som kun handler om materielle goder og penge. I sit opslag præsenterer hun i stedet en anden opfattelse af "rigdom",

nemlig tid og nærvær, som mange mødre muligvis kan relatere sig til. Dette perspektiv åbner op for en diskurs, der ikke kun ser rigdom som et mål for økonomisk gevinst, men som noget, der også kan være knyttet til de immaterielle værdier som relationer og trivsel.



Billede 9 – Nannas Instagram profil

Måden hvorpå Nanna med opslaget skaber en relation til modtageren gøres gennem offer, da Nanna ikke søger en direkte kontakt med modtageren, men i stedet giver hun med

opslaget information omkring hendes indre værdier. Dette giver modtageren mulighed for fordybelse i budskabet og der kræves ingen reaktion. Ved at Nanna præsenterer hendes relationer i stille øjeblikke, som ikke nødvendigvis møder modtagerens blik direkte, kan det udledes, at Nanna forsøger at skabe et fortroligt rum, hvor hun inviterer til, at modtageren selv kan reflektere over, hvad rigdom er og betyder for dem.

Ifølge Ribers et al. teori, vil vi mene, at det at billederne er taget i normalperspektiv, kan være med til at skabe en følelse af ligeværd og nærhed mellem Nanna og modtageren. Dette valg om brugen af normalperspektiv kan ligeledes være med til at signalere, at der ikke er nogen hierarkisk forskel mellem afsender og modtager, og det kan tilmed være med til at forstærke Nannas autenticitet og genkendelighed. Ifølge Enli er autenticitet i medierne forhandlet og medieret, og netop visuelle greb som normalperspektiv kan fungere som en autenticitet illusion, hvor det naturlige er strategisk iscenesat i et forsøg på at fremstå så ægte som muligt. Her kan det udledes, at opslagene især trækker på begreberne ordinariness og imperfection, som kan understøtte følelsen af autenticitet ved at fremhæve både det almindelige og det uperfekte, som nogle af følgerne kan spejle sig i.

Nanna optræder i billederne med sine nære relationer omkring sig, og objekterne er typisk placeret centralt i billederne. Denne placering er centralt, hvilket er med til at indikere, at det centrale objekt er Nanna og hendes nære relationer. Dette skal udgøre billedets vigtigste betydningsselement. Samtidig optræder objekterne i billederne i tæt forbindelse med hinanden, hvilket vi tolker som connection, som kan være med til at signalere en følelsesmæssig forbindelse samt en visuel samhørighed.

Farverne på opslagets billeder fremstår til en vis grad naturlige og ikke redigerede, hvilket kan øge billedets validitet, hvor sammenspil af naturlige farver og lys kan være med til at skabe en autentisk og troværdig konstruktion, hvilket har den hensigt, at modtageren skal opfatte det set så virkelighedsnært som muligt. Denne balance mellem farver og lys kan for Nanna være med til at understøtte en autentisk visuel kommunikation, da hendes billeder fremstår naturlige uden at virke overdrevent manipuleret.

I dette opslag bruger Nanna sproget til at introducere en alternativ opfattelse af rigdom - en

“alternativ rigdomsdiskurs”, hvor vægten lægges på personlige værdier og nære relationer frem for økonomisk velstand. Denne multimodale diskursive praksis er et eksempel på, hvordan sociale normer omkring velstand og succes kan udfordres gennem kommunikative handlinger. Ved at præsentere et budskab som *“Rigdom kan ikke måles i penge”* forstyrrer Nanna den eksisterende diskurs, som ofte associerer rigdom med materiel overflod, og i stedet åbner hun op for en samtale om, hvordan rigdom kan forstås på nye måder i et senmoderne samfund. Dette viser, hvordan diskurspsykologi kan belyse, hvordan individets sprogbrug ikke kun afspejler den sociale virkelighed, men også spiller en aktiv rolle i at skabe og ændre de sociale strukturer, vi lever i.

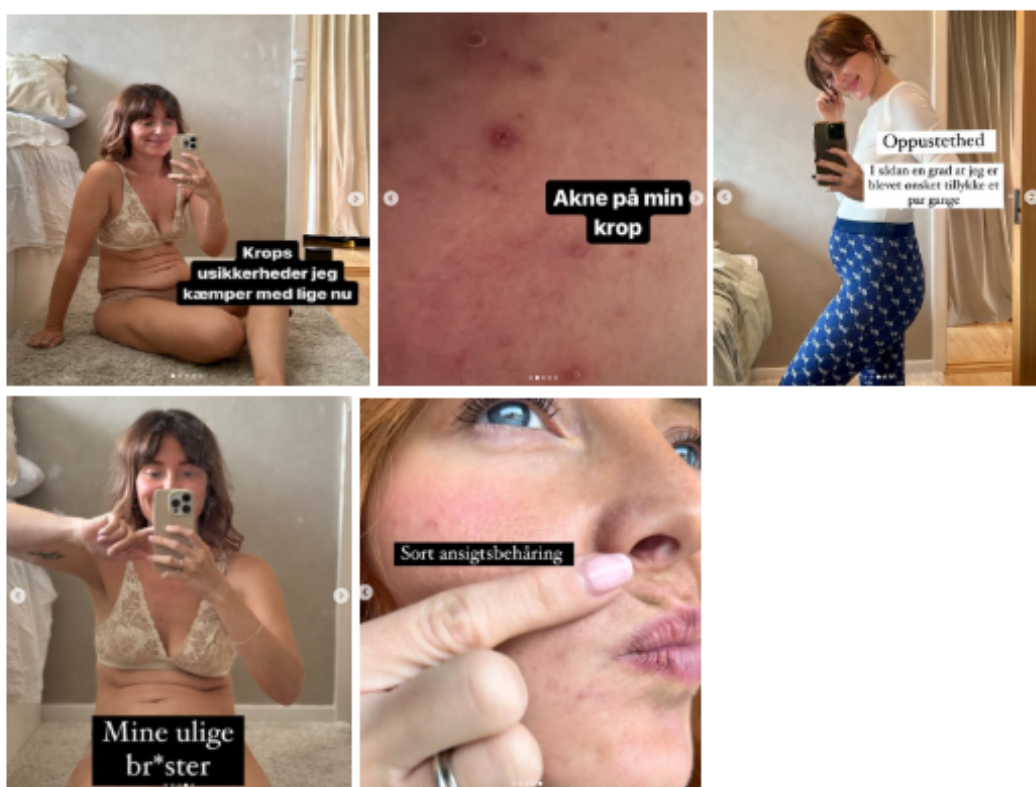


Billede 10 - Kommentarspor på Nannas Instagram profil

I billede 10 ses et udpluk af kommentar til Nannas ovenstående opslag. En følger skriver *“Hvor har du så evig ret 😡! Rig kan se ud på mange måder, men rig på kærlighed er nok den bedste måde at være rig på 🥰❤️”*. Denne kommentar viser, hvordan Nannas “alternative rigdomsdiskurs”, der fokuserer på relationer og personlige værdier frem for materiel overflod, bliver bekræftet og opretholdt af følgere. Det kan udledes, at Nanna opretholder sit ansigt i sin kommunikation med sine følgere, da hendes valgte linje, hendes version af livets rigdom og moderskabet, hun konstruerer, bliver anerkendt og accepteret af sine følgere.

Kvindekroppen

Et yderligere gennemgående tema for Nannas Instagram profil er "kvindekroppen". Her udfordrer Nanna de dominerende normer for, hvordan kvindekroppen bør se ud, og hun konstruerer en mere nuanceret og inkluderende opfattelse af den. I stedet for at fremme et begrænset skønhedsideal for kvindekroppen, konstruerer Nannas billeder en mangfoldighed af kropslige kvindelige udtryk, som understreger både autenticitet og selvstændighed. Nanna anvender sin krop på sin Instagram profil til at fremhæve sin unikke kropsidentitet og derved skabe en platform, hvor kropslig mangfoldighed og kropspositivisme indtager en central rolle.



nannalijekvist 🌊 Jeg har kæmpet med min kropsopfattelse i mange år, både da jeg var størst og mindst. Selvom jeg har arbejdet hårdt på at bryde gamle tankemønstre og forbedre mit mentale helbred, dukker usikkerhederne stadig op fra tid til anden, det sidder så dybt i mig fra min fortid. Det er svært at slippe fri, når vi lever i en diæt-verden, der konstant fortæller os, hvordan vi burde se ud og hvordan vi i hvert fald ikke skal se ud.

No wonder mange af os føler os forkerte. Men du har lov til at være lige præcis dig. Jeg deler mine usikkerheder for at vise, at du ikke er alene, det er menneskeligt – de rammer os alle, uanset størrelse eller form. Mit mål har aldrig været at elske mig selv 100%, for det er et urimeligt krav at stille sig selv, men at sikre, at mine usikkerheder ikke begrænser mig.

Jeg vil kunne hoppe i badetøjet med mine børn og bære den smukke kjole, selvom jeg ikke føler mig perfekt. Lad ikke usikkerhederne vinde eller stoppe dig fra at leve livet.

Hvilke kropsusikkerheder kæmper du med lige nu?

Billede 11 - Nannas Instagram profil

I billede 11 ses et opslag bestående af 5 billeder, hvor Nanna deler sine usikkerheder omkring egen krop. Billederne kan betegnes som casual photos, da de præsenterer hende i uformelle og medieret 'ægte' øjeblikke, uden overdreven redigering og manipulation. Nannas måde at udtrykke sårbarhed på understøtter den form for mediated authenticity, som Enli beskriver. Her forstås autenticitet ikke som en direkte afspejling af virkeligheden, men som en kontrakt, der opstår og skabes i samspillet mellem strategiske valg og publikums opfattelse af, hvad der virker ægte. Hos Nanna ses der et sæt af genrekonventioner, hvor deling af det upolerede moderskab er i fokus. Dermed mener vi, at hun overholder autenticitets kontrakten mellem hendes følgere, i forhold til, hvad Nanna som afsender konstruerer i det ovenstående opslag. Derfor kan begge parter acceptere at indholdet er autentisk som troværdigt, selvom det er nøje kurateret. Autenticitet bliver dermed en forhandlet størrelse, en autenticitets kontrakt, mellem afsender og modtager. Dette opslag inddrager flere af Enlis syv kategorier for medieret autenticitet; Spontaneity kommer til udtryk i de følelsesdrevne billeder, der fremstår umiddelbare, selvom de er planlagt. Ordinariness kan ses i de uformelle casual photos, hvor Nanna fremstår både naturlig og upoleret. Imperfection træder frem i måden, hvorpå hun viser sin krop uden at skjule dens fejl eller svagheder, hvilket kan gøre hende mere menneskelig og relaterbar for sine følgere. Ambivalence ses i selve det, at Nanna deler sine usikkerheder. En handling, der balancerer mellem styrke og sårbarhed og dermed skaber en mere nuanceret og menneskelig fortælling. Denne proces viser, hvordan autenticiteten i medierne konstant bliver forhandlet og konstrueret mellem afsender og modtager. De ovenstående begreber er med til at fremvise, hvor strategisk kommunikation fra influencere er. Det at autenticiteten performs og konstrueres gør, at det aldrig vil blive 100% ægte og rå øjeblikke. Derfor vil vi mene, at influencere som Nanna tager bevidste kommunikative valg, der skal overbevise modtageren om det modsatte. Grunden til dette er, at hvis modtageren ikke mener, at en influencer er troværdig eller autentisk i måden hvorpå de kommunikerer deres budskaber. Vil influencers kommunikation og budskab gå tabt, hvilket kan føre til authenticity scandal eller authenticity puzzle.

I teksten til opslaget (billede 11) deler Nanna sine usikkerheder omkring egen krop og opfordrer til selvaccept. Dette kan forstås som et offer, hvor hun gennem sproget tilbyder sine følgere et særligt perspektiv på krop og selvværd. Ved at formidle sine egne kropslige

erfaringer og refleksioner, inviterer hun sine følgere til at spejle sig i sine oplevelser og reflektere over deres egen kropsopfattelse. Dette udgør et indirekte tilbud, hvor modtagerne frit kan engagere sig i budskabet, og uden nødvendigvis at blive pålagt at reagere. På den måde åbner Nanna op for et refleksivt rum, hvor følgerne kan møde hendes konstruktion på egne præmisser og tage del i hendes budskab om selvaccept i det omfang, de ønsker.

Til sidst i sin tekst henvender Nanna sig direkte til sine følgere ved at spørge dem ind til egne kropsusikkerheder, og her anvender hun igen demand i sin kommunikation. I dette eksempel foretager Nanna en direkte invitation til interaktion, hvor hun kræver en form for reaktion fra sine følgere. Spørgsmålet om, hvilke kropsusikkerheder følgerne selv kæmper med, kan etablere en personlig og direkte forbindelse mellem afsender og modtager. Dette kan bidrage til, at følgerne føler sig "set" og Nanna opfordrer følgerne til at dele deres egne oplevelser, hvilket skaber et rum for dialog og fællesskab omkring emnet.

Når Nanna opfordrer sine følgere til at reflektere over og dele egne kropsusikkerheder, åbner hun samtidig op for en multimodal diskurs om selvaccept. Ved at dele egne usikkerheder og samtidig opfordrer sine følgere til at være åben omkring egne erfaringer, inviterer hun sine følgere til at bryde med sociale og samfundsbestemte normer om, hvordan kvindekroppen "bør" se ud og skaber et rum, hvor det er accepteret at have usikkerheder ved egen krop.

I billedserien (billede 11) bruger Nanna i to billeder cose-up-shots, hvor objekterne, akne og ansigtsbehåring, placeres i det centrale område af billedet. Denne kameraafstand understøtter betydningen af at fremhæve de mere sårbare og uperfekte aspekter af hendes udseende. Ifølge Kress og van Leeuwen (2006) signalerer placeringen i centeret en form for fokus og vigtighed, hvilket gør disse usikkerheder til et centralt tema i opslaget. I de resterende billeder, hvor medium-shots benyttes, forbliver Nanna i centrum af billedet, og hendes krop er i fokus. Her understøttes hendes sårbarhed yderligere ved, at teksten over billederne fremhæver hendes usikkerheder. Placeringen af teksten i samspil med billederne skaber en direkte relation til modtageren og giver kontekst, hvilket gør hendes ægte og rå konstruktion af sig selv mere tilgængelig. Samtidig er billederne taget i normalperspektiv, hvilket er med til at give en naturlig og uformel konstruktion af Nanna og hendes krop. Farverne i billederne fremstår naturlige, hvilket kan bidrage til en autentisk og

virkelighedsnær konstruktion, der kan gøre det lettere for modtageren at relatere sig til indholdet. Denne naturlige farvebrug kan øge både billedets troværdighed og sikre en høj validitet.

Når Nanna i et opslag som dette deler ud af sine usikkerheder omkring egen krop, kan det udledes, at hun anvender bevidste æstetiske kurateringspraksisser, som både kan være med til at skabe et ægte og autentisk billede af selvet. Ifølge Jantzen (2019) omfatter hverdagsæstetiske kurateringspraksisser den bevidste udvælgelse og sammensætning af elementer i hverdagen, og dette kan være med til at give individet mulighed for at skabe en æstetisk helhed. For at præsentere en ægte og sårbar version af sig selv, kuraterer Nanna sine billeder samt tekst, hvor hun altså bevidst kuraterer dele af sine usikkerheder og elementer, som bryder med de ellers idealiserede idealer om kvindekroppen, som ofte ses dominere på de sociale medier. Nanna benytter i dette opslag især forstyrrelse som æstetisk element for sin kommunikation. Hendes æstetiske konstruktion af hendes sårbarheder og usikkerheder, kan betragtes som en forstyrrelse, som især bryder med de polerede skønhedsidealiserede idealer på de sociale medier. I stedet for at præsentere et perfekt billede af den "perfekte" kvindekrop, udfordrer hun i stedet normen og skaber et medieret ærligt og ikke mindst menneskeligt udtryk af kvindekroppen, og dette kan i høj grad opfattes som en kritik af den idealiserede æstetik, som vi ofte ser på et socialt medie som Instagram.

Når Nanna deler sine usikkerheder om sin egen krop, kan det analyseres gennem Goffmans begreb backstage, hvor hun lader følgerne få indblik i det mere private og sårbare aspekt af sit liv, altså det, som normalt holdes skjult i den offentlige frontstage optræden på de sociale medier.

Nanna taler med dette opslag ind i en multimodal "kropspositiv diskurs", hvor kvindekroppen ikke kun skal ses som et objekt for beundring, men også et rum for diversitet og autenticitet. Når Nanna viser forskellige kropsudtryk og sine usikkerheder omkring egen krop, er hun med til at skabe et alternativ til det ellers smalle skønhedsideal, som ofte ses præge på de sociale medier. Ifølge diskurspsykologien kan hendes sprogbrug og visuelle konstruktion af kroppen ses som en diskursiv handling, der ikke kun reflekterer hendes personlige erfaringer, men også former og udfordrer de sociale og kulturelle forståelser af

kvindekroppen i dag. Dette er en måde, hvorpå hun aktivt er med til at konstruerer en ny virkelighed for kvindekroppen, der ikke er baseret på perfektion, men på accept af mangfoldighed og sårbarhed.



Billede 12 - Kommentarspor på Nannas Instagram profil

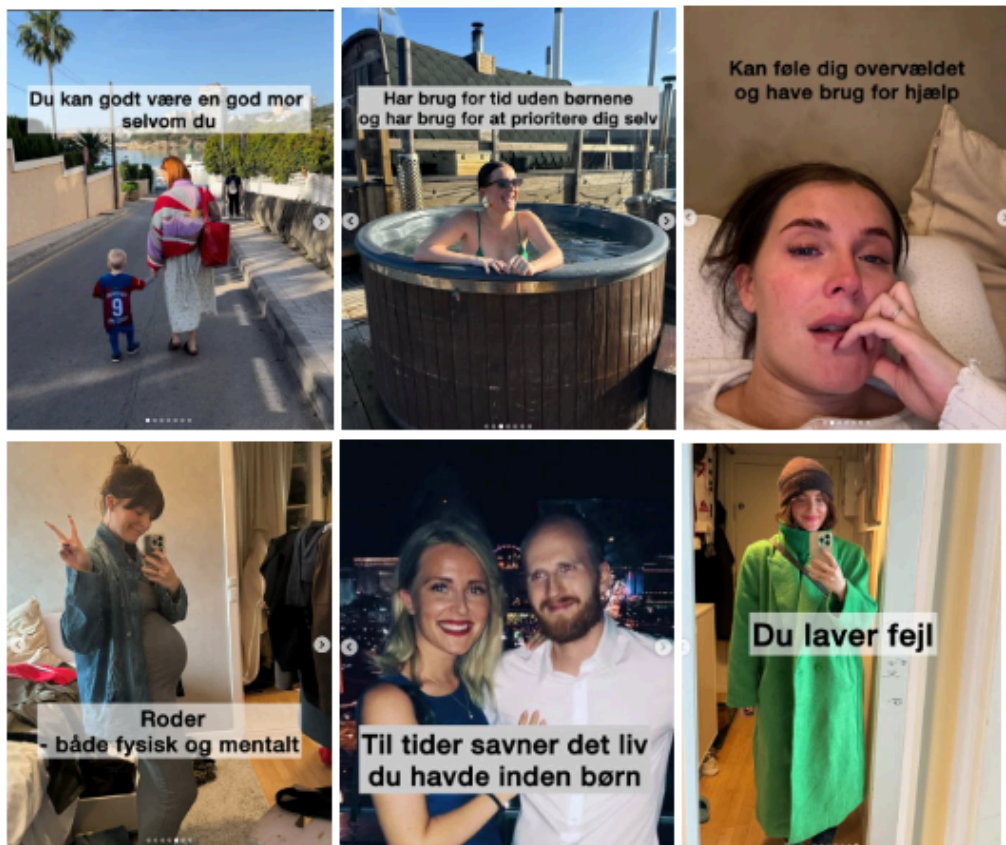
I billede 12 ses et udpluk af kommentarer til Nannas opslag om kvindekroppen. Kommentarerne fra hendes følgere er overvejende positive og viser, hvordan den linje, Nanna har lagt i sin formidling, bliver både anerkendt og bekræftet af hendes publikum. En følger skriver eksempelvis: *"Elsker alt ved det her opslag. Det er 1-1 alle de ting, jeg selv er mest usikker omkring. Tak for at sætte fokus på at få normaliseret det, der er helt almindeligt og som mange af os har (som f.eks. ansigtsbehåring) - og som vores børn også kommer til at kæmpe med i en verden, hvor alle de ser online, er helt perfekte."* En interaktion som denne, mellem Nanna og en følger, illustrerer et centralt aspekt af diskurspsykologien,

nemlig hvordan sociale virkeligheder, i dette tilfælde opfattelsen af kvindekroppen, forhandles og skabes gennem sprog og kommunikation. Følgerens kommentar fungerer ikke kun som en støtte til Nannas budskab, men også som et aktivt bidrag til at opretholde og styrke den multimodale "kropspositive diskurs", som Nanna er med til at etablere. Gennem sådanne tilkendegivelser bidrager følgerne til at normalisere kropslig mangfoldighed og sårbarhed som legitime og værdifulde aspekter af, hvordan kvindekroppen fremstilles, og det kan udledes, at den multimodale "kropspositive diskurs" i denne kontekst forstærkes og videreføres, som udfordrer idealet om den perfekte kvindekrop.

Livet som mor

Et gennemgående tema på Nannas Instagram profil er 'livet som mor', hvor hun bruger sin platform til at belyse både de smukke og udfordrende sider af moderskabet. Hun deler ærligt og åbent sine erfaringer og lægger særligt vægt på de dybe følelsesmæssige aspekter, der knytter sig til rollen som mor. Både glæde og frustrationer omkring moderskabet bliver italesat på hendes profil, hvilket kan være med til at give et mere nuanceret billede af moderskabet.

I billede 13 ses et opslag, hvor Nanna kommunikerer et konkret budskab til sine følgere, som lyder; *"Du er en god nok mor, som du er"*. Opslaget består af seks billeder, hvor Nanna optræder i forskellige hverdagsøjeblikke i sit liv. Billederne skildrer både nærværende stunder med hendes børn, øjeblikke med tiltrængt alenetid, situationer præget af overvældelse og rod, samt et savn til livet før børn. Nanna tager os med backstage, hvor hun deler de medieret ærlige og ufiltrerede sider af moderskabet. Gennem disse visuelle udtryk og strategien forstyrrelse, giver Nanna et ærligt og nuanceret billede af, hvordan moderskabet kan være, og dette indebærer både kærlighed, kaos og længsel. Hun bryder med det gennemsnitlige og klichéfyldte, og deler noget, som udfordrer normerne for, hvordan moderskabet skal føles. Billederne kan man sige fungerer som små fortællinger, og de er tilsammen med til at tegne et mere realistisk samt menneskeligt portræt af livet som mor. Et portræt, som er med til at udfordre det idealiserede glansbillede af moderskabet, som ofte ses præge de sociale medier.



nannaliljekvist 🌸 Kære medmor derude. Du gør det meget bedre end du tror. Det er okay at prioritere dig selv engang imellem. Det er okay at bede om hjælp og det er helt normalt at føle sig overvældet. Det gør dig ikke til en dårlig mor - men til en menneskelig mor. Du er mere en god nok 🇩🇰

#mor #duergodnok

Redigeret · 4 u.

Billede 13 – Nannas Instagram profil

I sin tekst til opslaget (billede 13) henvender Nanna sig direkte til modtageren med sætningen “Kære medmor derude”. Nanna gør sit budskab nærværende og personligt ved at henvende sig direkte til sine medmødre, hvilket sandsynligvis bidrager til, at følgerne føler sig inkluderet og anerkendt i hendes kommunikation. Nanna gør sit budskab til et fælles anliggende, og hun inviterer sine følgere til at reflektere over deres syn på moderskabet og dets mange forskellige sider.

Nanna, hendes mand og børn er placeret centre i billedkompositionen, hvilket kan indikere, at de tillægges særlig betydning og fremstår som de mest relevante elementer i formidlingen af budskabet.

I billedserien (billede 13) optræder Nanna i gråd i et af billederne. Vi vil mene, at Nanna benytter sig af teatermetaforen backstage, idet hun deler et øjeblik, hvor hun græder og føler sig overvældet. Et billede som dette bryder med det klassiske glansbillede af moderskabet og nuancerer i stedet billedet ved at dele de udfordringer og følelser, der også følger med rollen som mor. Dette øjeblik kan betragtes som en form for spontaneitet, selvom det er performet og kontrolleret i relation til medie kriterierne. Ved at vise et sårbart øjeblik giver Nanna plads til, at andre mødre kan spejle sig i de samme følelser og finde genkendelse i deres egen oplevelser af moderskabet. På denne måde skaber hun et rum, hvor moderskabets kompleksitet og de følelser, der ikke altid er nemme at dele, bliver anerkendt og normaliseret. Billederne fremstår uredigerede med naturlige og virkelighedsnære farver, hvilket kan bidrage til en høj validitet. De virkelighedsnære farver på billederne understøtter en autentisk konstruktion af øjeblikkene, som Nanna præsenterer i sit opslag. Denne naturlige tilgang til farvebrug kan ses som et eksempel på imperfection, da den uredigerede konstruktion er med til at bidrage til skabelsen af billeder, som fremstår spontane og ægte i en vis grad. Ved mindst muligt at redigere og manipulere sine billeder, opnår Nanna i højere grad autenticitet, når hun deler "uplanlagte" øjeblikke, og dette gør det lettere for hendes følgere at spejle sig i det, hun deler.

I det sidste billede i opslaget, billede 13, henvender Nanna sig igen direkte til sine følgere med sætningen; "*Du laver fejl*". Hermed bryder hun med en dominerende diskurs, som ses eksistere i dag, hvor moderskabet ofte fremstilles som fejlfrit og idealiseret. I stedet introducerer hun en alternativ multimodal diskurs, "den realistiske moderskabsdiskurs", hvor fejl og sårbarhed ikke blot tolereres, men anerkendes som en legitim del af den reelle oplevelse af at være mor. Med dette opslag forsøger Nanna at skabe et rum, hvor mødre kan spejle sig i hinanden uden frygt for fordømmelse. Hun søger at nuancere moderskabets konstruktion og gøre plads til en mere realistisk forståelse, hvor det ikke handler om blot at være perfekt, men om at være autentisk og tro mod de oplevelser, moderskabet også indebærer.

Nanna konstruerer en multimodal diskurs, hvor moderskabet ikke nødvendigvis bør være lig med perfektion, lykke og overskud. Men samtidig må moderskabet også gerne rumme sårbarhed, selvomsorg og komplekse følelser. I et opslag som dette, viser hun både kærlighed og glæde samt rod, træthed og savn, og med det er hun som influencer med til at nuancere og udvide forståelsen af, hvad det indebærer for hende, at være en "god mor". Set igennem diskurspsykologiske briller, kan et opslag som dette forstås som en diskursiv praksis, hvor Nanna gennem sprog og visuelle elementer aktivt deltager i en ny konstruktion af "en realistisk moderskabsdiskurs". Gennem sit budskab og brug af visuelle elementer forhandler hun moderskabets betydning i en social og kulturel kontekst, hvor idealet ofte har været præget af perfektion. Et ideal, der for mange mødre kan føles både uopnåeligt og urealistisk. Både billeder og billedtekster kan derfor fungere som handlinger, der skaber og ændrer sociale virkeligheder. De udfordrer idealiserede forestillinger, åbner op for genkendelse og former følelser og holdninger hos modtagerne.



Billede 14 - Kommentarspor fra Nannas Instagram profil

I billede 14 vises et udsnit af kommentarer til Nannas opslag, hvor hun formidler budskabet om, at det er okay at begå fejl som mor. Følgernes kommentarer ses udelukkende at være positive og opbyggende, og Nannas position som en autentisk og relaterbar figur opretholdes, da hendes følgere anerkender og accepterer den linje, som hun har lagt. En

følger skriver "Det er jo alt sammen en del af det at være menneske, børnene er nok meget ligeglade, bare de har deres mor og far tæt på. Så ser de ikke lige de fejl du selv ser!". Denne kommentar understøtter Nannas multimodale diskurs om, at moderskab ikke behøver at være perfekt, og samtidig styrkes hendes position som en troværdig og autentisk influencer, fordi mange af hendes følgere i kommentarerne til opslaget giver udtryk for, at de deler hendes syn på moderskabets udfordringer.

Graviditet

Graviditet er et tema, som på Nannas Instagram profil fylder, da hun i øjeblikket venter sit barn nummer 3. Nanna deler ærlige tanker og følelser samt humoristiske øjeblikke i hverdagen som gravid.



Billede 15 - Nanna Liljekvist Instagram profil

På billede 15 ses et opslag, hvor Nanna i en video deler sine tanker om "den magiske tid" ved en graviditet, som ifølge hende måske ikke er så magisk, som den ofte fremstilles. Videoen består af Nanna, som i billedet er placeret i centre. Hendes placering er med til at

trække opmærksomheden direkte mod hende som afsender. I videoens start fungerer teksten: *“Alle: Det er så magisk at være gravid”*, efterfulgt af teksten *“Mig: har lige tisset i bukserne fordi jeg skulle nyse”*, hvor man ser Nanna stå med tis i bukserne.

Nanna inviterer sine følgere med backstage og fremviser en situation, hvor hun har tisset i bukserne, og hun udfordrer den idealiserede og æstetiserede magiske fortælling om graviditeten. Hun skaber et øjeblik, som fremstår upoleret, og som dermed indfanger et uperfekt og rå øjeblik i graviditeten. Her bruges den æstetiske strategi forstyrrelse, hvor æstetiseringen af hverdagen netop ikke sker gennem forskønnelse og perfektion, men derimod igennem et æstetisk greb, som udfordrer det pæne og polerede. Man kan sige, at det er en autenticitet, som ikke 100 procent er ægte, men som stadig fremstår troværdig i dens spontane og uformelle konstruktion. Dette afspejler Enlis begreber spontaneity og imperfection, der netop er centrale elementer i skabelsen af medieret autenticitet. Spontaneity ses i Nannas naturlige måde at fremføre sit budskab på, som får situationen til at fremstå ægte og impulsiv. Imperfection ses i opslaget, da Nanna deler et uperfekt og ærligt øjeblik i sin graviditet. Elementer som disse kan være medvirkende til, at opslaget virker genkendeligt og troværdigt for Nannas følgere.

Det er vigtigt at være opmærksom på, at det på digitale platforme som Instagram ofte kan være uklart, hvor grænsen går mellem det ægte, backstage, og det iscenesatte, frontstage. Når Nanna viser indhold, som fremstår som et ærligt og sårbart øjeblik, kan det dog stadig være nøje, kurateret og strategisk iscenesat, som vi også har fremvist ovenfor. Dette understreger, hvordan selv det, der præsenteres som backstage og autentisk, stadig kan være en del af Nannas frontstage-udtryk, altså et bevidst valg om at fremstå “ufiltreret” som en del af hendes kommunikationsstrategi som influencer.

Nanna har optaget videoen i normalperspektiv og med en medium-shot kameravinkel og dette kan være med til at understøtte hendes ønske om at fremstå i øjenhøjde med sine følgere. Til videoen har Nanna tilføjet underlægningsmusik, som er med til at understrege den uheldige, men også realistiske situation, hvor hun har tisset i bukserne under et nys. Musikken fungerer som et stemningsskabende element, som understøtter videoens visuelle indhold og bidrager til at formidle både genkendelighed og humor.

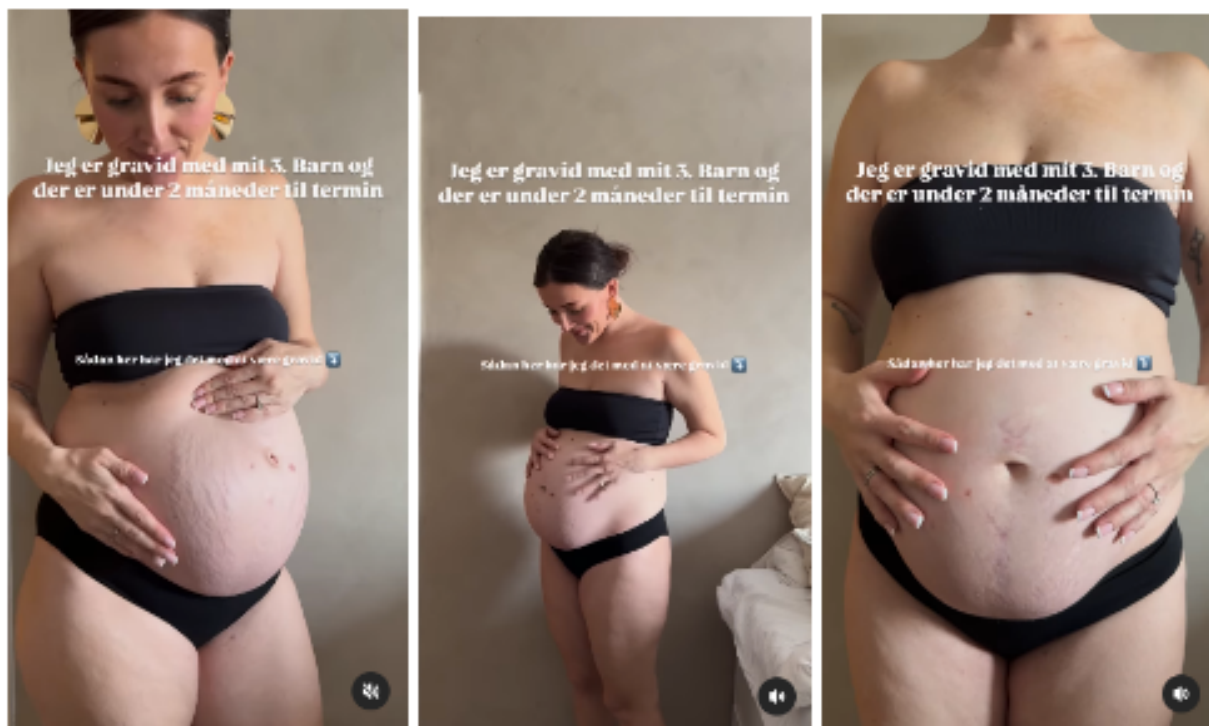
Nanna taler med opslaget ind i en multimodal “realistisk graviditetsdiskurs”, hvor hun udfordrer den polerede og idealiserede konstruktion af graviditet, som ofte ses på de sociale medier. Med den medieret ærlighed og humor bryder hun med normerne om en “magisk graviditet” og belyser de udfordrende sider, som sjældent får plads i den dominerende fortælling. På den måde placerer hun sig i øjenhøjde med sine følgere og udfordrer de dominerende diskursive praksisser, der typisk fremstiller graviditeten som perfekt og glansfuld. Gennem denne multimodale diskursive handling, er Nanna med til at skabe en mere nuanceret virkelighed, hvor graviditeten ikke kun ses som et glansbillede, men også inkluderer dens udfordringer og uperfekte sider.



Billede 16 - Kommentarspor fra Nannas Instagram profil

I billede 16 ses det i kommentarsporet, hvordan Nannas opslag åbner op for en ærlig og uformel samtale om graviditet. Hendes følgere deler deres egne oplevelser, hvor en følger eksempelvis skriver “Jeg tissede på gulvet under min tvillingegraviditet fordi jeg prøvede at slå en prut 🤔”. Det ses her, hvordan Nannas ærlige og humoristiske konstruktion af

graviditetens også udfordrende sider, inviterer hendes følgere til at dele lignende erfaringer med en humoristisk tone, hvilket kan styrke fællesskabsfølelsen i kommentarfeltet.



[hannalijekvist](#) dag fortalte min læge at jeg har begyndende bækkenløsning. Og det tog lidt pusten fra mig.

For jeg er taknemmelig for at være gravid, men jeg elsker ikke at være gravid. Jeg har det skidt og har haft det i lang tid. Først invaliderende kvalme og nu alt det andet. Når jeg prøver at dele det med andre, får jeg tit svaret: "Sådan er det heldigvis ikke for alle." Og nej, heldigvis ikke. Men jeg kan ikke lade være med at kigge på andre gravide, som virker til at have det så godt. De stråler og har energi, mens jeg føler mig fanget i en krop, der ikke vil samarbejde. Det gør ondt at føle sig så forkert – som om min krop burde kunne mere, når nu andres kan.

Jeg føler et pres for at elske at være gravid. Som om det er forventet, at jeg skal svæve på en lyserød sky af glæde hele tiden. Men sandheden er, at jeg ikke elsker det lige nu. Det betyder ikke, at jeg ikke elsker mit barn eller er utaknemmelig.

Men jeg har bare haft det så skidt så længe, at jeg næsten har glemt, hvordan det er at føle sig normal. Hvordan det er at have energi og overskud.

Det er som om verden omkring mig fortsætter, mens jeg selv står stille. Det føles ensomt. Jeg savner mit gamle jeg.

Jeg prøver at sige til mig selv, at jeg ikke er dårlig til at være gravid – min krop reagerer bare anderledes. Og jeg ved, at der kommer en dag, hvor det hele føles lettere. Hvor verden bliver farverig igen, og kvalmen og trætheden bliver skiftet ud med kærlighed og babygrin 🍌

Billede 17 – Nannas Instagram profil

I billede 17 ses et opslag, hvor Nanna sætter ord på de blandede følelser, hun har omkring sin graviditet. Opslaget består af en video, hvor Nanna står i billedets centre og betragter hendes gravide mave. Der gøres brug af forskellige kameravinkler, long-shot, medium-shot og close-up, for at sætte sig selv og sin gravide mave i videoens fokus. Ifølge Kress og van Leeuwen (2021) kan afsenderen skabe relationer gennem disse kameraafstande. Long-shot, som er optaget i fugleperspektiv, viser næsten hele Nannas krop og er med til at give kontekst og en helhedsforståelse af videoen. Medium-shot, optaget i normalperspektiv, indrammer Nanna, hvilket er med til at skabe en følelse af nærvær og fokus på netop hende som afsender. Close-up-shot, optaget i normalperspektiv, fremhæver videoens specifikke detaljer, nemlig Nannas gravide mave, som netop er omdrejningspunktet og fortællingen for Nannas budskab i dette opslag. Når Nanna i sin video skifter mellem disse kameravinkler, tilføjer hun både en visuel variation og følelsesmæssig dybde, hvilket kan være med til at styrke forbindelsen til hendes modtagere. Når Nanna vælger at optage det meste af sin video i normalperspektiv, er det med til at fremhæve en uformel fremtoning og det er med til at skabe en form for nærhed, hvilket er med til at gøre hende mere relaterbar som afsender. Nanna skaber en relation til modtageren gennem offer i sin video, ved at dele opslaget inviterer hun sine følgere til refleksion, men uden at stille krav om en konkret respons. Nannas strækmærker får i billedet lov til at fylde og være i fokus for videoen, hvilket er med til at understrege en minimal redigering af lys og farver i billedet. Dette er med til at sikre en høj validitet for videoen, da farverne fremstår naturlige og ikke overdrevne. Nannas strækmærker, som får lov til at fylde i billedet, kan ses som et æstetisk element, som er med til at udfordre de dominerende normer for skønhed på de sociale medier. Ifølge Jantzens teori om hverdagsæstetiske kurateringspraksisser, kuraterer Nanna bevidst et billede, som er med til at udfordre og bryde den "perfekte" æstetik, som oftest ses dominere blandt influencers på de sociale medier. Dette kan ses som en forstyrrelse, der udfordrer normerne for skønhed og viser en mere realistisk og uperfekt version af graviditeten og kvindekroppen. I videoen anvendes underlægningsmusik, som er med til at understøtte Nannas følelser om graviditeten og venten på, at den snart er ovre.

Opslag som billede 17 illustrerer en dobbelthed i Nannas konstruktion af graviditeten. På den ene side konstruerer hun et billede af den uperfekte og realistiske graviditet med fokus på strækmærker. På den anden side fremstår hun samtidig stylet med matchende undertøj,

opsat hår, store smykker, makeup og kunstige negle, hvilket skaber en spænding mellem det ærlige og det æstetisk iscenesatte.

Med det ovenstående opslag (billede 17) tager Nanna sine følgere med backstage og inviterer dem ind i sine tanker og følelser omkring hendes graviditet. I sin tekst til opslaget skriver hun blandt andet; *“Jeg føler et pres for at elske at være gravid. Som om at det er forventet, at jeg skal svæve på en lyserød sky af glæde hele tiden. Men sandheden er, at jeg ikke elsker det lige nu. Det betyder ikke, at jeg ikke elsker mit barn eller er utaknemmelig”*. På sociale medier kan grænsen mellem frontstage og backstage dog godt ses være til en vis grad sløret. Influencers som Nanna kan kuratere deres frontstage-optræden med nøje udvalgte tekster og billeder, men samtidig kan det, de deler fra deres backstage, også være nøje planlagt og iscenesat, og dermed kun give et begrænset indblik i deres virkelige liv. Nanna kombinerer både frontstage og backstage, da hun deler et budskab, der virker ærligt og uperfekt, og derfor autentisk, men det er vigtigt at huske, at denne form for autenticitet også er strategisk iscenesat for at skabe en kontrolleret præsentation af hendes oplevelser, følelser og tanker om graviditeten.

Opslaget forsøger at bryde den dominerende diskurs om graviditet, hvor kvindens graviditet fremstilles som en ofte magisk og lykkelig tid. Nanna konstruerer med dette opslag en alternativ multimodal diskurs, “en sårbar graviditets diskurs”, hvor ubehag og sårbarhed får plads, og hvor graviditeten også kan føles ensom og lang. Diskurspsykologien ser på sprog som en social praksis, som aktivt er med til at konstruere sociale virkeligheder. Nannas måde at tale om graviditet på i et opslag som denne, formidler ikke kun personlig erfaring, men det er også med til at gøre noget. Når hun italesætter sin graviditet som både noget smukt, ensomt og sårbart, er hun altså med til at skabe et alternativt multimodalt diskursivt syn på graviditet, som kan være med til at rykke på nogle dominerende diskurser og idealer i samfundet. Dette kan ses som et eksempel på, hvordan sociale forståelser og identitet forhandles gennem sproget. Med diskurspsykologiske briller betragtes identiteten ikke som fast eller bestemt, men som noget, der skabes gennem sproglige handlinger.

— Vis svar (2)



██████ Årh kender søde Nanna ❤️ Jeg elsker heller ikke at være gravid men føler ikke jeg kan sige det højt fordi jeg skal være taknemmelig for at det er sket (vi har været i fertilitetsbehandling)



4 u. 5 Synes godt om Svar

— Vis svar (1)



██████ Hvor ser du rund og skøn ud 💙💙💙



4 u. 2 Synes godt om Svar ...

Billede 18 - Kommentarspor på Nannas Instagram profil

I billede 18 ses et udpluk af kommentar på Nannas opslag. Gennemgående for kommentarerne er, at de er positive og opbyggende, hvilket understøtter, at Nannas følgere anerkender og bekræfter den linje, som Nanna har lagt for kommunikationen for opslaget og dermed opretholdes Nannas ansigt. En kommentar fra en følger lyder: “Årh, kender det, søde Nanna ❤️. Jeg elsker heller ikke at være gravid, men føler ikke, jeg kan sige det højt, for jeg skal være taknemmelig over, at det er sket (vi har været i fertilitetsbehandling)”. Kommentaren understøtter Nannas “sårbare graviditetsdiskurs” ved at pege på, hvordan den dominerende fortælling om graviditet som en lykkelig og magisk tid kan lægge et pres på kvinder og gøre det svært at udtrykke ambivalente eller negative følelser omkring en graviditet.

Delkonklusion

Nanna åbner på sin Instagram profil op for samtaler om moderskabets uperfekte og sårbare sider. Øjeblikke, der ofte fortrænges i den dominerende, polerede diskurs om moderskab på sociale medier. Gennem multimodale diskurser, hvor billeder, videoer, tekst og visuelle virkemidler spiller sammen, udfordrer hun idealet om den “perfekte” mor og konstruere i stedet en autentisk, ærlig og relaterbar stemme, der tør vise sin usikkerhed, fejl og kompleksitet i rollen som mor. Med brug af humor og selvironi skaber hun en alternativ

multimodal moderskabsdiskurs, hvor der er plads til menneskelighed og ambivalente følelser i moderskabet.

Dermed kan man sige, at Nanna fungerer som en modstemme til den idealiserede fortælling om moderskabet på de sociale medier og hun bidrager aktivt til at forhandle og omdefinere, hvad det vil sige at være en "god mor" i en digital kultur præget af glansbilleder og normativt pres. Hun giver mødre mulighed for at spejle sig i en mere realistisk og uperfekt version af moderskabet i stedet for kun at føle sig presset af idealet om perfektion.

Det er dog vigtigt at være opmærksom på, at den autenticitet, Nanna udstråler, er resultatet af bevidste medierede valg og tilpasninger til medieplatformens æstetiske og teknologiske rammer. Selvom hendes fortællinger kan virke umiddelbare og ærlige, er de stadig formidlet gennem en strategisk og kurateret praksis, der er tilpasset medie kriterierne. Autenticitet fungerer her som et virkemiddel til at kommunikere effektivt, opbygge relationer med følgere og skabe engagement omkring hendes budskaber.

Ser man på modtager perspektivet, er det i kommentarsporet på Nannas Instagram profil tydeligt, at hun bliver bakket op i sin konstruktion af moderskabet som både uperfekt og humoristisk. Følgerne deler deres egne pinlige øjeblikke, roser hendes ærlighed og bekræfter, at det fjerner skam og skaber fællesskab. Kommentarfeltet på Nannas Instagram profil bliver dermed en social arena, hvor Nannas "uperfekte moderskab" valideres kollektivt, og hvor publikums respons både understøtter og videreudvikler de multimodale diskurser, hun præsenterer.

Julie Elgaard

I det nedenstående vil der fremgå en analyse af Julie Elgaards Instagram profil. Den tematiske analyse af Julies Instagram har produceret fire temaer, som kan læses i bilag 8: “Det pæne moderskab”, “den succesfulde mom-influencer”, “det polerede/upolerede” og “graviditet”. Disse temaer vil danne ramme for analysen af Julie Elgaards konstruktion af moderskabet på hendes Instagram profil. Vi vil gøre opmærksom på, at modtager perspektivet vil fylde mindre i denne analyse del af Julies Instagram profil, da Julies følgere ikke responderer i samme grad som Nannas følgere gør.

Det pæne moderskab

I denne del af analysen vil der blive præsenteret for temaet; det pæne moderskab. Vi vil starte med at analysere det visuelle i det nedenstående billede (billede 19) og hvilke repræsentationelle betydninger billedet kan have.



Billede 19 - Julies Instagram profil

Billedet 19 viser Julie siddende på et tæppe i et grønt naturområde, hvor hun er omringet af sine to børn. Billedet kan betegnes som et designed photo, da det tydeligt bærer præg af en bevidst brug af komposition og redigering med det formål at opnå et bestemt æstetisk udtryk. Hendes ældste barn datteren rækker hånden op mod Julies ansigt, mens det yngste barn strækker hånden ud mod søsteren eller mod en genstand, hun holder. Her opstår der to handlingsstrukturer, hvor vektorer skabes gennem børnenes armbevægelser. I det første tilfælde fungerer datteren som actor, da hun udfører en berøring, mens Julie er goal, da handlingen er rettet mod hende. Vektoren dannes visuelt via barnets arm og skaber en tydelig forbindelse mellem mor og barn, hvilket fremhæver en kærlig og kropslig relation. I den anden interaktion er det den yngste søn, der også fungerer som actor, idet han rækker ud efter det objekt, som vi ikke kan identificere fra sin søster. Disse vektorer skaber en intim og følelsesmæssig forbindelse mellem deltagerne i billedet.

I forhold til den kompositionelle betydning ses det, at Julie er placeret i centre og er visuelt omkranset af børnene, hvilket understreger hendes rolle som omsorgsfuld moderskikkelse og som familiens midtpunkt. Derudover udstråler ansigtsudtryk og kropssprog varme og glæde, og billedet fremstår som en harmonisk iscenesættelse af en moderlig idealtilstand. Gennem det visuelle samspil konstrueres moderskabet, hvor fysisk nærhed og følelsesmæssig tilknytning udgør bærende værdier for billedet.

Det næste vi vil analysere, er den interaktive betydning, da vi har valgt et interaktivt medie, finder vi det relevant at have netop denne del med i analysen. Her vil vi se på, hvilke semiotiske valg Julie har benyttet sig af i opslaget med henblik på at skabe en relationen til sine følgere. Her vil teksten til opslaget være en del af det visuelle, da det optræder ved siden af billedet. Teksten til billedet kan ses i billede 20 herunder.



julieelgaard_ Weekenden står på fødselsdage (i flertal 😂),
danseopvisning med tulle og bedsteforældre besøg på søndag -
så altså en dejlig weekenden foran mig, med min lille familie 🥰



I aftes faldt jeg i søvn halvt ovenpå Lasse kl. 20 og vågnede kl. 22
i sammen position, her var han så bare også faldet i søvn 😂 I
aften regner jeg med at kunne holde mig vågne til en borte film
eller måske en god serie, så hvis I har en god anbefaling til en, så
kom endelig med den 🍿👁️
Ellers vil jeg bare ønske jer en dejlig weekend herfra 🤗

📷: @page7photo

Redigeret · 33 u.

Billede 20 - Tekst til opslag på Nannas Instagram profil

I ovenstående tekst (billede 20) benytter Julie sig af begrebet demand, da hun prøver at skabe en direkte relation til modtageren ved at kræve en reaktion. Julie benytter sig af bydeform, i det hun spørger om en god anbefaling til en film eller en god serie fra sine følgere af. Hun opfordrer til, at følgerne skal kommentere deres anbefaling i kommentarsporet, og på den måde skaber hun et interaktivt element. Her kan følgerne føle sig "set", i det hun spørger dem om deres mening, og dette kan være med til at skabe en mindre distance imellem Julie og følgerne.

Den næste modalitet der vil blive analyseret er lys og farve, da dette også er en vigtig del af det visuelle aspekt i selve billedet. Her vil vi se på, hvilke valg Julie har taget i forbindelse med det ovenstående billede. Man kan argumentere for, at billedet har en høj validitet, eftersom farverne samt lyset på billedet har den rette balance i forhold til dens kontekst. Billedet foregår i et naturskønt område i sommerperioden, man kan derfor som modtager af ovenstående billede forvente at græsset er grønt, der er blade på buskene og der er lyst. Alt dette optræder i billedet, hvor farverne og lyset optræder naturligt i samspil med både det naturskønne område, de befinder sig i, samt den påklædning både Julie og hendes børn har iført sig. De har lyst tøj på, dog med undtagelse af hendes søn, der er iført en mørkegrå overdel. Man kan argumentere for, at lågen i baggrunden bidrager til en vis symmetri i

forhold til sønnens overdel. Den grå farve skiller sig desuden ikke markant ud fra de øvrige lyse nuancer i billedet, da lågen ind til naturområdet også fremstår som mørkegrå.

Kress og van Leeuwen præsenterer yderligere begrebet *validity configurations* i forbindelse med lys og farve. *Validity configurations* omhandler, at farverne på billederne kan være med til at ramme modtagerens sanser, idet af det bevidste valg af samspillet af farverne på forskellige billeder kan være en måde hvorpå man kan forføre modtageren af billedet. I dette billede anvendes bløde, naturlige farvetoner, det grønne græs, de lyse pastelfarver i tøjet og det gyldne lys, som tilsammen skaber en varm, harmonisk og fredfyldt stemning. Dette samspil mellem farver og lys fungerer som en æstetisk strategi, der forfører modtageren og indrammer moderskabet som roligt, smukt og følelsesmæssigt meningsfuldt. Kombinationen af sanselig appel og relationelle handlinger gør billedet til en stærk visuel konstruktion af det idealiserede moderskab. Billede 19 fremstår som en performativ fremstilling, hvor moderskab ikke blot vises, men opleves og mærkes gennem billedets æstetiske valg og følelsesladede kropssprog mellem mor og børn.

Julie gør brug af kuratering, i det hun nøje udvælger opslag, der skal være med til at æstetisere og forskønne måden, hvorpå hun konstruerer moderskabet. Dette gør sig gældende i billede 20, da billedet viser én ting, men teksten viser noget andet. Dette kan ses i følgende citat: *“I aftes faldt jeg i søvn halvt ovenpå Lasse kl. 20 og vågnede kl. 22 i samme position, her var han så bare også faldet i søvn 😊”*. Sammenhængen mellem billedet og tekst stemmer ikke overens, da billedet (billede 19) til opslaget fremviser en smuk og rolig situation mellem Julie og hendes børn. Man kan derfor argumentere for, at hun netop forskønner moderskabet med æstetik.

Hun viser i dette opslag et flot billede af sin familie, der virker overskudsagtig i forhold til teksten, hvor hun også skriver følgende; *“Weekenden står på fødselsdage (i flertal 🥳), danseopvisning med tulle og bedsteforældre besøg på søndag - så altså en dejlig weekenden foran mig, med min lille familie 🍷🍷”* (billede 20). Julie beskriver en weekend fyldt med planer, der for mange familier muligvis kan virke uoverskueligt. Hun får det uoverskuelige til at virke overskueligt ved at æstetisere opslaget.

På billede 19, set med Enlis autenticitetsteori, konstruerer Julie sig selv og sine børn i en intim familiesituation. Det at tage et billede af denne familiesituation med henblik på at dele dette på Instagram, kalder Enli for en autenticitet markør. Interaktionen mellem Julie og hendes børn på billedet viser, at datteren griner, imens hun rører sin mors næse. Julie holder om sin søn, og denne interaktion med børnene kan være med til at skabe en varm og kærlig atmosfære, hvilket også kan give en følelse af nærhed og samhørighed. Denne situation fremstår som et glimt ind i hendes private liv, hvilket kan være med til at skabe en følelse af autenticitet for modtageren, idet modtageren får lov at komme tæt på et personligt øjeblik. Det intime og private bliver et redskab, der skal være med til at etablere forbindelse til modtagerne gennem skærmen. Modtageren vil kunne kigge på billedet og vil muligvis kunne genkende og spejle sig i det familiære øjeblik.

Endnu en autenticitets markør der ses i det ovenstående billede, er det spontane. Billede 19 kan give en følelse af, at det er et spontant øjeblik. De er ude i naturen og børnene griner og har et intimt og kærligt øjeblik med deres mor. Selvom billedet fremstår naturligt og spontant, er det samtidig æstetisk vellykket, som nævnt i det ovenstående. For at opsummere, så er tøjet farvekoordineret, placeringen i naturen er idyllisk, og billedkvaliteten er taget med et professionelt kamera. Dette gør, at det bliver et iscenesat, spontant øjeblik, i og med at det "spontane" sandsynligvis er planlagt, opstillet samt redigeret. Dette bliver derfor til en performeret spontanitet, som Julie gør sig brug af. Disse valg af Julie kategoriserer Enli yderligere i det, som hun kalder for autentiske illusioner. Dette er den proces, afsenderen gør sig inden materialet bliver postet. Autentiske illusioner er redigering og photoshop, hvilket er et bevidst valg, der tages af afsenderen for, at det rå materiale skal manipuleres, så det passer med målet. Målet som er at komme ud til så mange modtagere som muligt, og at det manipuleres så det opfylder de krav, det pågældende medieformat stiller.

At bruge autenticitet som et strategisk virkemiddel i en kommunikationsstrategi kalder Enli for mediated authenticity. Det er en "iscenesat autenticitet", hvor influencere som Julie, forsøger at fremstå ægte og relaterbare, selvom deres indhold er nøje kurateret. Vi kan kategorisere flere af Enlis autenticitet markører på Julies Instagram profil. Dette er til for at skabe en stærk følelsesmæssig forbindelse til sine følgere, som kan være en udfordring at

skabe gennem en skærm. Dette gør Julie som nævnt ovenfor via intimitet og privathed. Det ovenstående billede balancerer mellem det autentiske og det æstetiske iscenesatte, og kan være med til at bidrage til et bestemt tema, som vi i dette afsnit kalder for "det pæne moderskab". Julie konstruerer en form for moderskab, der virker harmonisk, kærlig og kontrolleret. Dette kan virke paradoksalt i forhold til Enli's autenticitetsbegrebet i sin helhed, da Julie performer et 'spontant' øjeblik, hvilket automatisk gør, at den ikke er spontan.

For at udvide analysen yderligere vil der blive brugt Goffmans teori om selvfremstilling. Dette finder vi især interessant i forhold til, hvordan Julie konstruerer moderskabet på sin Instagram profil. Som nævnt ovenfor er hun meget kontrolleret, i sin måde hun konstruerer moderskabet på, og dette vil vi fremvise i det nedenstående med Goffmans begreber for at få en større forståelse for, hvorfor det er Julie er så kontrolleret i sin konstruering.

På billede 19 kan man fremvise at der ses en frontstage optræden hos Julie. På Instagram fungerer Julies profil som hendes "scene", hvor hun præsenterer sig selv som en kærlig og nærværende mor. På det ovenstående billede kan man se alt fra det solrige græslandskab, de koordinerede outfits, de glade børn og den smilende mor. Dette viser en nøje, iscenesat og kurateret fortælling om moderskabet. Denne frontstage optræden er præget af at hun fremstiller en harmonisk, kærlig og overskudsagtig moderrolle. Hvis man ser billede ud fra et symbolsk perspektiv, ville man antage at Julie med natur, sundhed, nærvær og æstetik signalerer "det gode liv" på billedet. Der er dog et fravær af backstage, da vi ikke får indblik i "bag scenen", hvor børn græder eller hvor der opstår tvivl og udmattelse. Ud fra Goffmans teori vil vi mene, at Julie nøje beskytter backstage og kun viser det, hun vil have sit publikum til at se. Dermed styrer hun aktivt det "indtryk", hun gør på sit publikum. Hun udøver en form for kontrolleret moderrolle, der bliver en performativ praksis, designet til at fremstå både autentisk (jf. teoriafsnit: Autenticitetsbegrebet) og inspirerende. Hun fremstår relaterbar, men alligevel beundringsværdig. Ved at kombinere Enlis autenticitet teori og Goffmans teori, ser vi hvordan Julie bruger sin Instagram som en scene, hvor moderskab iscenesættes primært som et kontrolleret og privat anliggende. Det giver følgerne en følelse af autenticitet, selvom det i realiteten er et veltilrettelagt frontstage-øjeblik. Dette bidrager til den digitale konstruktion af "det pæne moderskab". Men dette er ikke nødvendigvis en realitet, især når

vi arbejder med et emne som moderskabet. Det sætter spørgsmålstegn ved, om autenticitet på sociale medier nødvendigvis betyder "det virkelige" eller blot, hvad der føles virkeligt.

Der vil i den sidste del af temaet "det pæne moderskab" blive analyseret og påvist en multimodal diskurs, som vi kalder for en "æstetik mor diskurs".

Set i en bredere diskursiv kontekst med fokus på moderskabet på Instagram, bidrager billede 19 til konstruktionen af en æstetiseret digital moderskabs identitet. Her iscenesættes moderen ikke blot som en praktisk omsorgsperson, men som et følelsesmæssigt og socialt centrum for familiens trivsel. Billedets æstetik og visuelle struktur støtter således op om normative idealer for det "gode moderskab" og udtrykker en digital selvfremstilling, hvor autenticitet og varme går hånd i hånd med visuel kontrol og iscenesættelse. Derved kan billedet bidrage til at reproducere en multimodal "æstetik mor diskurs", hvor normative forestillinger om moderskabet på Instagram er præget af autenticitet, intimitet og æstetik der smelter sammen i konstruktionen af en digital identitet.

Med de ovenstående virkemidler skabes der en multimodal diskurs og som nævnt tidligere bliver diskurser til via holdninger, identiteter og følelser, der bliver konstrueret og opretholdt gennem sprog og kommunikation. Man kan antage, at Julie i det ovenstående opslag bruger en kombination, hvor hun kombinerer en travl hverdag med et æstetisk billede.

Hun er derfor med til at konstruere, at selvom man har en travl hverdag som mor. kan det stadig være en æstetisk hverdag. Hun former den travle hverdag med et æstetisk fokus, der gør at hun kan være med til at udfordre eksisterende sociale strukturer, hvor moderskabet ikke æstetiseres i samme grad. Det skaber en social virkelighed hos Julie, at moderskabet er æstetiseret, pænt og kontrolleret. Dette kan være med til at skabe en præstations- og perfektionskultur, da man som følger af Julie konstante indhold af æstetiseret opslag kan blive influeret af denne præstations- og perfektionskultur, som dette kan føre til. Følgerne, der er mødre, kan komme til at føle et pres for at leve op til denne standard Julie sætter. Denne standard kan være urealistisk for nogle og dermed være med til at påvirke deres selvopfattelse negativt (Knauf & Schramme, 2023).

Den succesfulde mor-influencer

Det næste tema vi vil analysere, er det vi kalder for den succesfulde mor-influencer. I det nedenstående billede 21 præsenterer Julie sig selv i en hjemlig kontekst omgivet af produkter fra detailkæden Normal. Billedet kan betegnes som et designed photo. Hendes lyserøde, quiltede jakke, smilende ansigt og åbne kropssprog signalerer overskud, glæde og en velorganiseret hverdag. Denne konstruktion af at hun både er influencer og mor, der præsenterer både familieliv, forbrug og branding, kan analyseres gennem en række teoretiske perspektiver.



julieelgaard_ • Følg
Originallyld



julieelgaard_ Reklame @normal_dk ❤️ TESTER VIRALE PRODUKTER! ..og fy for den lede! 😂💰
Jeg har haft gang i en borte forårsrengøring herhjemme, for særligt ovnen og åbenbart også kloaken, trængte virkelig! 🤢
I NORMAL har de en masse effektive og smarte rengøringsprodukter - alt hvad man skal bruge til en forårsrengøring, og som altid til skarpe priser! 🧼💡👍
#normaldk
5 u.

Billede 21 - Julies Instagram profil

Her gør Julie brug af begrebet offer, da hun videregiver information om rengøringsprodukter, der er til at finde i Normal til "skarpe priser", som hun skriver det i den ovenstående tekst. Denne form for henvendelse til modtageren har vakt mere interesse i hvor hendes tøj og accessories er fra, frem for Normals rengøringsprodukter. Dette kan ses i en følgers kommentar (billede 22); " Hvor er din fine taske fra ? 🤩 ". Kommentaren peger på, at Julie i høj grad fungerer som en inspirationsfigur, og at hendes visuelle udtryk og identitet som influencer vækker mere genklang hos modtagerne end det kommercielle indhold. Dette

illustrerer, hvordan det personlige og det reklamebaserede indhold ofte flettes sammen og skaber en kompleks form for påvirkning i det digitale moderskab.



Billede 22 - Kommentarspor fra Julies Instagram profil

Med Goffmans teori kan billedet forstås som endnu en frontstage performance, hvor Julie bevidst kuraterer sin digitale persona. Hun prøver at repræsentere en tilgængelig og relaterbar livsstil, men i en æstetisk optimeret version, som vi også tidligere har nævnt. Billede 21 er ikke et neutralt øjebliksbillede af hverdagen, men en nøje iscenesat visuel fortælling, hvor farve koordination, produktplacering og kropssprog skaber en æstetisk, kontrolleret og opstillet konstruktion. En konstruktion af, hvordan hun præsenterer en "succesfuld mor-influencer"

Hun har ramt objekterne i billede, så de er forbundet og der er sammenhæng. Dette kan fremvises i farvevalget af produkterne, der nærmest alle er pink, blå og hvide, hvilket gør at produkterne fremstår som en samlet integreret gruppe, som Kress og van Leeuwen kalder for connection. Dette valg Julie har taget, kan være med til at den kompositionelle betydning i billedet skaber en meningsfuld helhed. Hendes lyserøde jakke med rosenmønster er

ydermere med til at understøtte denne helhed. Ved at farven lyserød går igen på hendes Instagram profil, er hun med til at styrke hendes autenticitet. Med Enlis begreb authenticity contract kan vi fremvise, at farven lyserød hos Julie bliver en praksis, som modtageren er bevidst om og har acceptere som et sæt genrekonventioner på Julies Instagram profil. Hvis vi antager at farven lyserød kulturelt er konnoteret med en traditionel femininitet, blidhed og omsorg (udforsksindet, 2022). Med dette valg af Julie, er hun med til at præsentere moderskabet som feminin, blid og omsorgsfuld. Selvom farven lyserød ikke nødvendigvis kan beskrives som en naturlig farve, skaber konteksten af billede en høj validitet hos Julie, da lyserød ikke blot skal ses som et æstetisk valg, men som strategisk kommunikation. Farven bidrager til at etablere et genkendeligt visuelt brand, der signalerer varme, intimitet og følelsesmæssig tilgængelighed. Valget af farven pink kan i høj grad appellerer til modtagerne og skabe en følelse af autenticitet på hendes Instagram profil. Denne sammensætning af det multimodale og det æstetiske, som hun konsekvent benytter sig af, skaber en følelse af både professionalisme og personlighed, og understøtter dermed Julie position som influencer.

I Julies konstruktion af den succesfulde mor-influencer, er det tydeligt på hendes Instagram profil, at hun nøje kuraterer indhold, hvori hendes børn optræder. Hendes børn bliver en form for rekvisitter, og her kan vi inddrage Archer (2019) begreb "*mikro-mikrocelebrity*", som handler om, at influencere bruger deres børn i reklameindhold, da Julies børn netop konsekvent bliver en del af hendes personlige brand på hendes Instagram profil. Dette ses især når hun reklamerer for børnetøj, og et eksempel på dette kan ses i billede 23. Denne diskursive praksis medvirker til at normalisere og idealisere bestemte former for moderroller, hvor succes som mor kobles til æstetisk sans, overskud og evnen til at inkludere børnene i en visuelt sammenhængende livsstil.



Billede 23 - Julies Instagram profil

Julie er med de ovenstående opslag med til at forme forskellige multimodale diskurser. En multimodal diskurs vi ser er “den praktiske mor”, hvor Julie fremstår praktisk, effektiv og handlekraftig. Hun viser dette i det ovenstående opslag (billede 21), hvor hun prioriterer at holde sit hjem rent med rengøringsprodukter til økonomiske fordelagtige priser.

En anden multimodal diskurs i denne forbindelse kan være “den hårdtarbejdende mor”, hvor hun kombinerer moderskabet med sit virke som selvstændig influencer - dette ses i hendes mange samarbejder med virksomheder. Hun kan med dette være med til at udfordre en eksisterende diskurs, der kan omhandle det, at kvinder ikke både kan have børn og have en succesfuld karriere samtidig. Dette gør Julie, da hun viser en del overskud, handlekraft og stil i et opslag som billede 21. Rengøringsprodukter og organisering forbindes i samfundsdiskursen ofte med det, vi i analysen vil kalde for “den perfekte mor” diskurs. Her skal “den perfekte mor” opretholde et pænt og rent hjem for sin familie. Dette peger på en bredere tendens, hvor influencere bidrager til en perfektionskultur også inden for moderskab, hvor det ikke kun handler om børneopdragelse, men også om at skabe en æstetisk og funktionel livsstil (Knauf og Schramme, 2023). Samtidig kommunikerer hun lethed og glæde, da man igen ser hendes afslappede smil og kropsholdning, der sender et

signal om, at det kræver minimal indsats at balancere familielivet, arbejde og selvpleje. Dette er en illusion, der kan virke både inspirerende og uopnåelig for hendes følgere.

Billedet af Julie fungerer som et eksempel på den succesfulde mor-influencer, der kombinerer moderskab, livsstil og forbrug i en velorganiseret visuel fortælling. Gennem en kombination af feminin æstetik, produktplacering og et iscenesat overskud, konstruerer hun en identitet, der forener autenticitet, branding og hverdagsliv. Denne form for moderskab kan tolkes som både frigørende og begrænsende. På den ene side skaber den en fællesskabsfølelse blandt de mødre, der kan relatere til de viste produkter og livsstil. På den anden side kan den bidrage til et uopnåeligt ideal om moderskab, hvor succes måles i æstetik, effektivitet og strategisk forbrug.

Det poleret/upoleret

På billede 24 ser vi Julie i en sårbar situation, hvor hun græder, har lukkede øjne og støtter hovedet med hånden. Hun italesætter i dette opslag, at hun har været presset et stykke tid arbejdsmæssigt, og at hun derfor føler dårlig samvittighed over for især sine børn. Samtidig bærer hun i billedet guldøreringe, et dyrt ur, makeup og en velsiddende jakke. Alle detaljer, der afslører, at sårbarheden også er en del af en visuel og emotionel konstruktion. Dette billede kan beskrives som en kurateret sårbarhed. Derfor kan man tale om en poleret version af det upolerede, en digital sorg, der er autentisk nok til at vække empati, men iscenesat



Billede 24 – Julies Instagram profil

nok til at fastholde et stærkt personligt brand, som tidligere nævnt fremstår kontrolleret og æstetiseret.

Ved at dele ud af sin sårbarhed, kan Julie skabe et øget engagement fra sine følgere, der kan føle sympati og samhørighed med hende. Dette kan også ses i antallet af likes, hvor hun med dette billede har fået hele 8616 likes og 100 kommentarer, hvor der på de fleste andre billeder på hendes profil er mellem 4000 likes og 15 kommentarer i alt. Det ses derfor, at interaktionen fra følgerne i opslaget er dobbelt så stor, hvilket vi ser som en interessant pointe. En følger skriver i kommentarsporet (billede 25); *Hører den følelse ikke bare til når man er mor? ❤️ jeg har også evigt dårlig samvittighed hvis jeg bare en gang skal ud på en måned. Men altså i sidste ende, så hygger de kære unger sig også med far og nyder kvalitetstiden der ❤️*. Denne tilgang til at dele et ærligt og sårbart øjeblik i hendes liv engagerer hendes følgere i stor grad, og hendes følgere anerkender og bekræfter den linje, som Julie for sin kommunikation har lagt med et ærligt og sårbart indblik i hendes følelser. Denne følgers kommentar fungerer altså som en form for støtte, som er med til at bekræfte Julies fortælling.



Billede 25 - Kommentarspor fra Julie Elgaards Instagram profil

Samtidig kan man argumentere for, at Julie i dette opslag skaber en illusion af, at tage sine følgere med backstage, og ind i et mere ufiltreret og ægte øjeblik bag facaden, noget som ellers ikke optræder særlig meget på hendes Instagram profil. Denne strategi kan være med til at forstærke hendes troværdighed og autenticitet, hvilket også afspejles i hendes følgere høje engagement for dette opslag.

I det ovenstående billede opstår der et brud med det polerede ideal, som oftest ses på hendes Instagram profil, som kan være med til at styrke hendes troværdighed og menneskelighed. Billedet understøtter samtidig et ideal om den kontrollerede kvindelige sårbarhed. Hun græder, men med elegance og hun viser følelser, men mister ikke kontrollen. Hun deler smerte, men stadig med æstetisk bevidsthed. På den måde formidler hun et ideal om, at selv krise og sorg kan "passes ind" i en visuel konstruktion på hendes Instagram profil, der forbliver smuk og værd at dele. Billedet repræsenterer en interessant dobbelthed i influencer-kulturen, hvor det autentiske og det æstetiske smelter sammen. Julie fremstiller sig som sårbar og autentisk, men stadig med blik for, hvordan følelser iscenesættes digitalt. Denne strategi skaber en stærk følelsesmæssig genklang hos modtagerne, men rejser samtidig spørgsmål om, hvorvidt der overhovedet findes fuldstændig autentiske fremstillinger på sociale medier eller om al form for deling i sidste ende er formet af æstetiske valg og strategiske overvejelser.

I modsætning til Julies mange designed photos på sin Instagram profil, kan dette billede beskrives som værende et casual photo. Manovich (2020) skriver, at denne type billeder på Instagram er præget af uformelle billeder, spontane øjeblikke i livet, og æstetik er ikke den primære prioritet i formidlingen. Personen, som deler et casual photo, gør ingen forsøg på at redigere farver, kontrast eller komposition. Dette ses især på ovenstående billede, hvor Julie bevidst har valgt at udelade den store gøre i det æstetiske. Dette kan også knyttes til Enli's teori, hvor der kan argumenteres for at begrebet imperfection, kan ses i det ovenstående billede. Man kan se en grad af ufuldkommenhed, der skaber en kontrast på Julies Instagram profil. Billedet 24 viser Julie i en sårbar situation og markerer et tydeligt brud med det glansbillede, der ofte kendetegner influencer-kulturen. Et idealiseret udtryk, som i høj grad også præger store dele af Julies øvrige indhold på Instagram.

Alligevel er netop denne form for følelsesmæssig eksponering en del af en bredere psykologisk multimodal diskurs, hvor sårbarhed og selvrefleksion iscenesættes som en "emotionel intelligens" diskurs. Denne diskurs hviler på en psykologisk forestilling om, at autenticitet og følelsesmæssig åbenhed skaber ægte relationer. Det digitale billede bliver dermed en terapeutisk handling både for afsender og modtager, og inviterer til empatisk interaktion og følelsesmæssig spejling. Ved at vise sårbarhed i det offentlige rum som Instagram er, opnår Julie ikke blot sympati, men også en emotionel autoritet. Julie fremstår som en person, der kan håndtere sine følelser og samtidig dele dem, hvilket er et moderne ideal om psykologisk robusthed og åbenhed. Julie fremstår ikke som et offer, men som en person, der står ved sine følelser. Hun har makeup på, håret er velplejet, hun er klædt i klassisk business-stil med uldfrakke og hvid skjorte. Dette æstetiske udtryk understøtter en psykologisk diskurs om kontrol og balance, da hun ikke er væltet af følelserne, men hun har valgt at dele dem. Dermed integreres psykologisk kompleksitet i brandingstrategien, hvor Julie viser, at man som moderne kvinde og karrieremenneske både kan være sårbar og professionel, og at følelsesliv og ydre succes ikke er hinandens modsætninger, men en del af samme konstruktion.

Billedet aktiverer flere samtidige multimodale diskurser såsom sårbarhed som styrke, følelsesmæssig åbenhed som autenticitet og selvrefleksion som empowerment. Julies iscenesættelse fungerer som et visuelt udtryk for den moderne digitale kvinde, som ikke blot lever et liv, men deler og bearbejder det offentligt. Hun bekræfter herigennem en ny form for psykologisk overskud, hvor det at kunne udtrykke følelser på den rigtige måde, i det rigtige format er en ressource i både personligt og professionelt liv.

Graviditet

Det næste tema er graviditet, og her vil det nedenstående billede (billede 26) af Julie blive analyseret med henblik på at vise, hvordan hun konstruerer denne del af moderskabet. Billedet kan betegnes som et designed photo, og viser hende i en stående position, hvor hun er iført en hvid blonde-bh og lyseblå jeans med smykker. Hun har, som hun plejer, placeret sig selv æstetisk, i en indrettet stue med beige vægge. Billedet benytter en medium-shot komposition, idet Julie vises fra hoved til hofte med visuel plads til omgivelserne. Dette

valg balancerer fokus mellem det individuelle motiv, hendes gravide krop og de æstetiske rammer omkring hende, hvilket er det stilrene interiør, lyset og planterne. Medium-shot medfører, at modtageren får adgang til både det personlige, altså kroppen og udtrykket, og det kontekstuelle, hvilket er hjemmet og det stiliserede miljø. Dette skaber en dobbelt identitet fremstilling, da Julie fremstår både som privat og tilgængelig, som både mor og æstetisk livsstils influencer. Kameravinklen er et normalperspektiv, hvilket betyder, at motivet ses i øjenhøjde. Dette kan medføre, at der etableres en ligestillet relation mellem afsender og modtager. Denne kameravinkel kan fremme en oplevelse af autenticitet og nærvær, og styrker det oplevede sociale bånd mellem influencer og følger. Billedets fokus, hvilket er Julies gravide mave, kan beskrives næsten som et semiotisk close-up element i motivet, idet hændernes placering og maveblottelsen trækker opmærksomheden mod dette område. Valget af et close-up-shot af Julies gravide mave tillægger netop dette kropslige element en særlig betydning. Her udgør maven det centrale element i moderskabets visuelle konstruktion. Ved at fremhæve sin nøgne gravide krop, både sensuelt og sårbart, aktiverer Julie både æstetiske, følelsesmæssige og identitetsskabende modaliteter. Billedets semiotiske valg skaber således en høj grad af modtager involvering, idet både blikretning, kamera højde og komposition valg bidrager til en følelsesmæssig tilgængelighed og social intimitet. Julie fremstår ikke blot som en kvinde, der viser sin krop frem, men som en digital



Billede 26 - Julies Instagram profil

moderfigur, der deler en kropslig og følelsesmæssig transformation med sit publikum i en visuel tone, der balancerer mellem det ærlige og det æstetisk kuraterede.

Denne konstruktion af graviditet kan analyseres som et eksempel på, hvordan moderskab og kvindekrop sættes i spil som identitetsmarkører i en digital kontekst. Gennem visuel æstetik, kropslig eksponering og følelsesmæssige udtryk formidler billedet både intimitet, kontrol og empowerment. Historisk har graviditet ofte været skjult eller gjort diskret i det offentlige rum. I modsætning hertil repræsenterer Julies billede en moderne og selviscenesat stolthed over den gravide krop. Ved at fremvise sin bare mave i et stiliseret billede, reklamerer Julie for det gravide moderskab som noget æstetisk og værdifuldt et syn, der i stigende grad er dominerende i influencer kulturen. I tråd med Enlis begreb om mediated authenticity viser billedet, hvordan graviditet bliver en del af Julies brand. Hun fremstår både som mor og en som stilfuld kvinde. Hendes velplejede hår, smykker og smil afbalancerer det intime med det idealiserede. Her bliver graviditeten en form for kropslig kapital, som investeres i en visuel fortælling, der både skal inspirere og engagere følgerne. Den gravide krop gøres ikke blot synlig, men også æstetisk og kommercielt værdifuld i den digitale offentlighed.

I forlængelse heraf kan man inddrage Goffmans begreb frontstage, som betegner den sociale arena, hvor individet træder frem for sit publikum og iscenesætter sig selv for at opretholde en ønsket identitet. Billede 26 kan netop fremstå som et frontstage øjeblik, hvor hun bevidst kuraterer en idealiseret variation af graviditet. Det er ikke et tilfældigt eller spontant øjeblik, men derimod en nøje iscenesat konstruktion af graviditet, moderskab, kontrol og skønhed. Alle egenskaber, der i høj grad afspejler den idealiserede og æstetisk kuraterede fremstilling, som ofte kendetegner Instagram.

I den tilhørende tekst til billedet (billede 27), hvor Julie fremviser sin gravide mave, etablerer hun en følelsesladet og engagerende tekst, som på én gang formidler personlig sårbarhed og glæde, og samtidig kan styrke fællesskabsfølelsen blandt hendes følgere. Julie benytter sig af et emotionelt og personligt sprog, præget af udråb, emojis og spontane reaktioner, som kan ses i følgende citat: *“Ej ej ej, det fatter jeg slet ikke!”* og *“jeg glæder mig så meget*

til at møde ham!". Denne type sproglige stil er, ifølge Enli, en del af en autenticitetsstrategi, hvor følelser og ægthed præsenteres gennem en intim og dagbogs lignende tone. Ved at dele sin ambivalens, spænding, uro og glæde konstruerer hun en følelsesmæssigt kompleks graviditets erfaring, der kan spejles af andre gravide kvinder. Denne følelsesmæssige transparens skaber tillid og tilknytning, hvilket er centralt for influencers, der ønsker at fremstå relaterbare og troværdige. Ved at dele sin graviditet med hendes følgere, viser dette, hvordan graviditet i influencer universet ikke blot er en individuel oplevelse, men bliver en socialt delt, digitalt formidlet og fællesskabsskabende begivenhed.



julieelgaard_ Det er lige gået op for mig, at lillebror jo faktisk måske allerede kommer i næste måned - ja faktisk om en måned?! 😭💙 Ej ej ej, det fatter jeg slet ikke!! Jeg håber jo selvfølgelig stadig 100% at det ikke bliver et planlagt kejsersnit, men hvis det gør, så er det jo faktisk ægte snart 😭😭
Redebyggeriet er jeg stadig ikke begyndt på, og jeg føler jeg har sååå meget jeg skal have styr på, inden jeg er klar til at gå i baby bobbel - og på den anden side, så er jeg klar til at smide alt hvad jeg har i hænderne, for jeg glæder mig så meget til at møde ham! 😭😭
Jeg går en viiirkelig dejlig weekend i møde - i dag skal jeg til en af mine bedste veninders gender reveal, for hun er også gravid!!!! Miw altså 😭💙💙 og så holder jeg mit første event for nogle af jer der følger med herinde og det glæder jeg mig også bare fuldstændig tosset meget til! 😭😭
Kan I have en skøn weekend venner 😭☀️

9 u.

Billede 27 - Julies tekst til opslag på hendes Instagram profil

Teksten afslører også en dobbelthed, hvor Julie skriver; *"jeg har sååå meget jeg skal have styr på"* og samtidig *"jeg er klar til at smide alt hvad jeg har i hænderne"*. Denne ambivalens balancerer mellem kontrol og overgivelse og afspejler et nutidigt moderskabs ideal, hvor det både forventes, at kvinden planlægger og organiserer, men også er følelsesmæssigt nærværende og tilgængelig. Graviditeten gøres til en følelsesmæssig præstation, hvor sårbarhed bliver en ressource. Billedets omgivelser, det lyse rum, grønne planter, tørrede blomster og spejl, er med til at indramme kroppen i en atmosfære af ro og naturlighed.

I billede 28 ses et udpluk af kommentar fra Julies følgere til det ovenstående opslag omhandlende graviditet. En følger skriver; *"Du er den smukkeste"*

skat! 💕💕". Gennemgående for kommentarsporet for dette opslag er, at hendes følgere responderer på Julies udseende, som noget smukt og æstetisk tiltalende. Dette viser, hvordan Julies konstruktion af graviditet ikke kun opfattes som en personlig deling, men derimod som en visuel konstruktion, som både fremkalder ros og bekræftelse fra hendes følgere. Man kan derfor fremvise, at kommentarerne i denne forbindelse forstærker det idealiserede billede, som Julie har skabt på graviditeten, som noget æstetisk, som er med til at bidrage til hendes position som influencer.



Billede 28 - Kommentarspor fra Julies Instagram profil

Det ovenstående forstærker den multimodale diskurs, som vi kalder for "Den flotte graviditet", hvor graviditet er noget naturligt og smukt, men også noget, der kræver kontrol, stil og kuratering. På den måde reproducerer billedet en særlig idealisering af graviditet, som både hylder kroppens forandring og samtidig fastholder et skønhedsideal. Julies billede illustrerer, hvordan graviditet i den digitale mediekultur ikke blot er en biologisk tilstand, men en visuel og kulturel præstation. Den gravide krop bruges som en fortælling og æstetisk element i konstruktionen af hendes influencerjob, hvor moderskab forbindes med både skønhed, stolthed og autenticitet. I denne konstruktion bliver graviditet ikke kun noget, man

gennemlever, men noget, man viser, iscenesætter og deler, hvilket åbner op for nye forståelser af kvindelighed, krop og branding i det moderne samfund.

Delkonklusion

Analysen af Julies visuelle konstruktion på Instagram viser, hvordan moderskabet i den digitale kontekst bliver iscenesat som en æstetisk, kontrolleret og performativ praksis. Gennem en nøje kurateret visuel fortælling, hvor autenticitet, branding og følelsesmæssig åbenhed smelter sammen, konstrueres et idealiseret billede af den moderne mor, som balancerer mellem sårbarhed og overskud, intimitet og reklame. Denne konstruktion er ikke uden konsekvenser, da den bidrager til en kulturel fortælling, hvor succes i moderskabet i stigende grad måles i æstetik, effektivitet og strategisk livsstilsforbrug. Det visuelle materiale skaber dermed en social virkelighed, hvor moderskabet fremstår som et projekt, der både skal leves og vises. Det kan føre til et urealistisk pres blandt følgerne, især mødre, som spejler sig i Julies univers og dermed potentielt påvirkes negativt i deres selvopfattelse. Samtidig åbner hendes iscenesættelse også op for nye forståelser af kvindelighed og kropslighed, hvor den gravide og moderlige krop ikke blot ses som en biologisk tilstand, men som en del af en visuel og kulturel præstation. Denne dobbelthed mellem fællesskab og konkurrence, empowerment og perfektion kendetegner den måde, hvorpå digitale medier former og forandrer forestillinger om moderskab i dag.

Analysedel 2 - Identifikation af digitale Identiteter

I denne analysedel vil vi ud fra de fremanalyserede multimodale diskurser undersøge, hvordan moderskabspraksisser kan være medvirkende til at danne særlige digitale identiteter. Med afsæt i Millers (2020) teori om digitale identiteter, vil vi analysere, hvordan Instagram som socialt netværksmedie skaber særlige rammer for identitetsforhandling, her med fokus på, hvordan moderskabet performs og iscenesættes i den digitale kultur på Instagram. På baggrund af det vil vi analysere, hvilke perspektiver på digital identitet, som knytter sig til de enkelte fremanalyserede multimodale diskurser i vores 1 analysedel af Nanna Liljekvist og Julie Elgaards Instagram profiler, samt hvilke implikationer dette kan have for forståelsen af moderskabet i en digital kontekst.

Nanna Liljekvist

Ser man i relation til Millers forståelse af digital identitet, befinder Nanna som influencer sig i en digital kultur, hvor identitet ikke er fast betinget, men identiteten bliver i stedet skabt og udviklet i samspil med andre mennesker og de kulturelle symboler og normer, vi omgiver os med.

Identitet skabes i den sociale netværksperiode, som vi i dag befinder os i, i højere grad gennem visuelle elementer og relationelle markører end tekstuelle elementer. Dette kan tydeligt ses i Nannas brug af visuelle virkemidler på hendes Instagram profil.

En aktivistisk digital identitet

Når Nanna på sin Instagram profil taler ind i en "hverdagskaos diskurs", anvender hun visuelle markører som barnegråd, humoristiske klip og ironisk underlægningsmusik. Disse tilsammen er med til at forme en digital identitet, der performer hende som en 'almindelig' mor midt i et hverdagskaos med børn. Ser man med diskurspsykologiske briller kan denne iscenesættelse forstås som en performativ sproghandling, hvor Nanna gennem sproglige og visuelle valg både konstruerer og forhandler sin digitale identitet. Ifølge

diskurspsykologien og Millers digitale identitets teori opstår identitet netop i sociale interaktioner og sproglige praksisser. Nanna bidrager altså til en moderskabspraksis, hvor moderskabets kaotiske og uperfekte sider fremstilles. Samtidig mener vi, at Nannas uperfekte konstruktion af moderskabet også rummer et aktivistisk element, da Nanna med sin humoristiske og ærlige iscenesættelse af moderskabets mange sider, udfordrer idealet om den perfekte mor. Når hun på sin Instagram profil deler de uperfekte, kaotiske og sårbare sider af moderskabet, tager Nanna del i en større digital modkultur, hvor mødre kollektivt arbejder hen imod at bryde med de normative forestillinger om, hvordan en "rigtig" mor er. Derfor kan dette aktivistiske element på Nannas Instagram profil ses som et vigtigt aspekt af den digitale identitet, som Nanna på sin profil kuraterer. Det er ikke kun en digital identitet som en almindelig mor i kaos med små børn, men hun kan samtidig ses som en aktør, der bevidst søger at udvide forståelsen af moderskabet i et moderne samfund.



Billede 29 - Nannas Instagram profil

Et andet eksempel på, at Nanna på sin Instagram profil forsøger at kuratere en "aktivistisk digital identitet", kan ses i billede 29, hvor Nanna taler ind i en "alternativ rigdomsdiskurs", hvor hun tydeliggør, at personlige værdier og nære relationer har større betydning for hende

end økonomisk velstand. Ifølge Deleuze (1991) kan Nannas opbygning af en “aktivistisk digital identitet” på Instagram forstås ud fra et performativt syn på en digital identitet. Identitet er ikke noget vi er, men derimod er det noget, vi som individer gør igennem performative handlinger og skaber gennem diskursive praksisser. Derfor kan man sige, at Nannas opslag på Instagram ikke kun er et udtryk for hendes holdninger, men de kan ses som performative handlinger, hvor hun aktivt forsøger at iscenesætte og skabe en “aktivistiske digital identitet”, som skal ses som en modstander af de normative og traditionelle opfattelser af rigdom i et moderne samfund. Man kan sige, at Nannas digitale identitet i denne sammenhæng ikke kun kan ses som et udtryk for hendes egne indre værdier, men også som en bevidst handling og strategisk positionering i det digitale sociale netværksrum.

Deleuzes syn på identitet rummer mulighed for yderligere nuancering. Han ser på identitet som en konstant og uafsluttet proces, hvor individet hele tiden forhandler og omformulerer sin position i forhold til kulturelle og sociale kontekster, som man befinder sig i. Så Nannas digitale identitet kan ikke fremstå som noget, som er fast, men i stedet som en del af en større kulturel og diskursiv forhandling, hvor hun via sin tilstedeværelse online på Instagram aktivt italesætter og identificerer sine værdier og på samme tid distancerer sig fra andre. Så hun former for dette eksempel en digital identitet, som rummer værdier som fællesskab og nærvær frem for materiel rigdom.

I dette eksempel er det primært det kulturelle jeg, som træder frem. Hun positionerer sig som influencer og mor gennem livsstilsvalg og æstetik, hvilket ses i hendes naturlige billeder og relationelle værdier, som tilsammen for Nanna er med til at konstruere en bestemt kulturforståelse og holdninger til livets værdi.

En sårbar digital identitet

Nanna bidrager også på sin Instagram profil til en “sårbar moderskabsdiskurs”, hvor hun fremstiller sig selv som en mor med mange følelser og refleksioner omkring moderskabet. Dette udfordrer det ofte polerede og idealiserede billede af moderskabet på platformen, hvilket er med til at konstruere en “sårbar digital moderskabsidentitet”. Nannas måde at kuratere og dele indhold på Instagram illustrerer, hvordan digitale selvfrestillinger formes gennem en vedvarende tilpasning til skiftende sociale og kulturelle kontekster. Identiteten

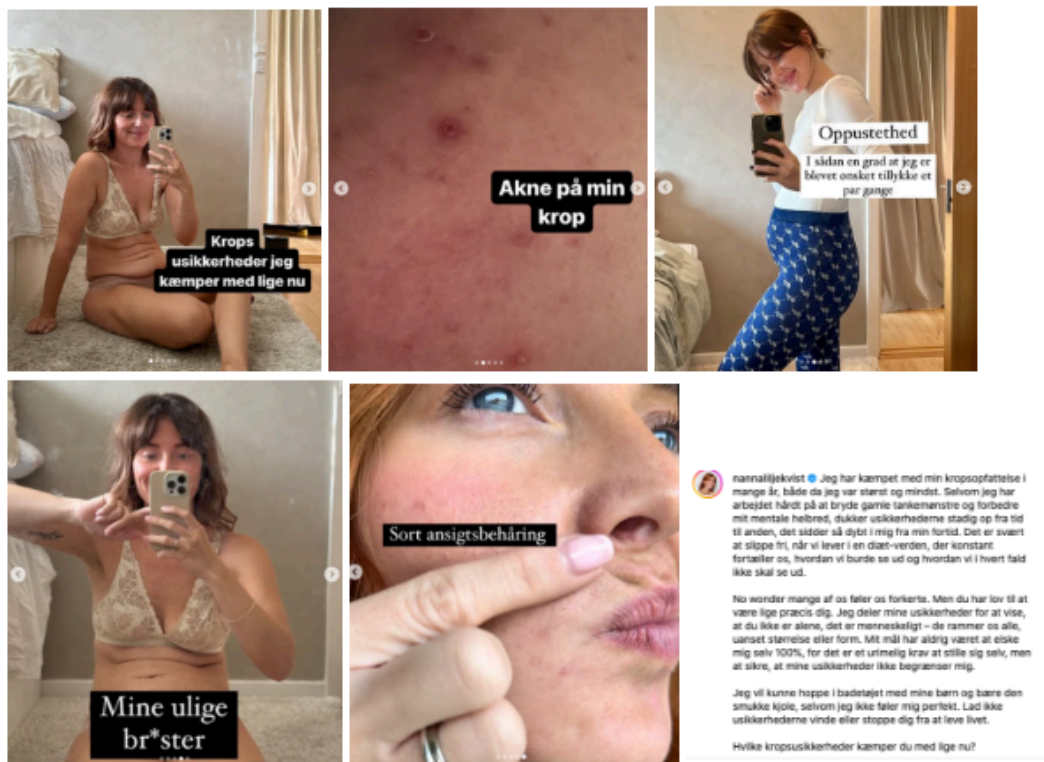
fremstår ikke som en fast kerne, men som noget, der kontinuerligt formes i spændingsfeltet mellem individ og omverden. Hun fremstiller på sin Instagram profil et moderskab præget af ærlighed og sårbarhed, hvilket kan ses som en strategi til at fremstå autentisk, selvom denne digitale identitet er konstrueret i en medieret og sårbar digital kontekst. Ifølge Zhao, et al., (2008) skabes digitale identiteter typisk gennem billeder, og Nanna bruger netop i høj grad billeder til at formidle sin sårbarhed og refleksion. Nannas brug af visuelle elementer viser hendes kulturelle 'jeg', hvor hendes livsstil, altså hvordan hun vælger at fremstå som mor, bliver en del af hendes digitale identitetskonstruktion.

Nanna kombinerer billeder og tekst for at udtrykke sine følelser mere nuanceret, hvilket kan betragtes som en bevidst strategi til at styrke den følelsesmæssige forbindelse til sine følgere. Hendes digitale identitet formes dermed ikke kun af hende selv, men i høj grad i samspil med følgerne. Dette ses særligt tydeligt i kommentarsporene, hvor følgere deler egne erfaringer og refleksioner til Nannas budskaber. Et eksempel på dette ses i billede 30, hvor en følger i kommentarsporet ærligt og sårbart deler sin oplevelse af graviditeten som en særlig sårbar periode. En oplevelse, der harmonerer med det budskab, Nanna formidler i opslaget. Med dette opslag åbner Nanna op for en interaktiv dialog, hvor hendes følgere ikke blot betragter, men bidrager til meningsdannelse gennem aktiv deling af egne erfaringer og følelser. Hendes digitale identitet bliver altså ikke kun skabt af det, som Nanna selv lægger op på sin Instagram profil, men den formes i samspil med hendes følgere. Dette stemmer overens med Millers forståelse af identitet som et netværksbaseret fænomen, der konstant formes i relation til andre.



Billede 30 - Nannas Instagram profil

Castell (1996/2000) peger på et interessant paradoks, som lyder, at på den ene side skaber globaliseringen et ensartet kulturudtryk på de digitale medier og på den anden side ønsker individet at vise, hvad der gør dem unikke og særegne. Dette ses især hos Nanna, som på sin Instagram profil midt i et hav af lignende opslag forsøger at skille sig ud og fremstå unik. Dette gør hun ved at kombinere Goffmans (1959) frontstage, det planlagte og iscenesatte, med backstage, de ufiltrerede private øjeblikke. Hun poster en blanding af nøje kuraterede billeder i en kombination af ærlige øjeblikke glimt fra hverdagen som mor til små børn. Når Nanna kommunikerer på sociale medier, skal hun navigere i et sammensat publikum bestående af forskellige sociale grupper med forskellige forventninger. Dette kan lægge pres på hende for at formulere fortællinger, der opleves som både genkendelige og sammenhængende for alle, hvilket kan begrænse kompleksiteten i hendes selvfremstilling.



Billede 31 - Nannas Instagram profil

Et andet eksempel på Nannas stræben efter at skabe en "sårbar digital identitet", kan ses i billede 31, hvor hun i et ærligt og sårbart opslag fremhæver alle sine "fejl" ved egen krop. Gennem dette valg søger hun at formidle budskabet om, at "du ikke er alene". Ifølge Deleuze skabes det digitale selv gennem konstant forhandling mellem, hvordan Nanna selv ønsker at fremstå og samtidig hvordan andre opfatter hende. Ved et opslag som dette, hvor

Nanna viser billeder af sin krops "fejl", åbner hun op for denne proces, som Deleuze refererer til. I opslaget inviterer hun sine følgere til at spejle sig i hendes budskab, og genforhandle deres egen forståelse af kvindekroppen. Hendes digitale identitet kan derfor ses som en dynamisk proces, som Nanna og hendes følgere aktivt deltager i.

Samtidig kan det siges, at når Nanna på denne måde udstiller sin krops "fejl", kan det ses som en bevidst individualiseringsstrategi i et globalt netværkssamfund, hvor hun fremhæver det uperfekte, og på den måde skille sig ud af mængden af ellers standardiserede kropsidealer, som oftest ses præge de sociale medier (Sundhedsstyrelsen, 2023). Nanna bruger sin "sårbare digitale identitet" som strategi til at fremhæve sit unikke særpræg i et digitalt landskab, hvor globaliseringen ofte skaber ensformighed.

En relaterbar digital identitet

Nanna benytter i høj grad humor i sine opslag omkring moderskabet som et æstetisk greb. Hun gør især brug af selvironisk humor, og hun positionerer sig som en influencer, som ikke forsøger at fremstå som en perfekt og poleret kvinde og mor. Hun kuraterer i stedet en "relaterbar digital identitet", og et eksempel på dette ses i billede 32, hvor Nanna gennem humor deltager i en "realistisk graviditets diskurs", der udfordrer forestillingen om den "magiske graviditet" og i stedet fremhæver de mere krævende og tabubelagte aspekter. Hvilket i dette tilfælde er at tisse i bukserne som gravid i et nys. Denne type opslag medvirker til at forme en digital identitet, der både kan fremstå mere menneskelig og tilgængelig. En identitet, som vi antager, følgerne i endnu højere grad kan identificere sig med. Dette kan ses som en modreaktion mod det idealiserede billede af moderskabet på de sociale medier. Nannas æstetiske valg gennem brug af humor og ironi kan siges at være markører for en særlig kulturel position, hvor Nanna aktivt gør et forsøg på at tage afstand fra det perfekte moderskabsbillede. I stedet positionerer hun sig i en "anti-glansbilledediskurs", i et forsøg på at bryde med de perfekte idealiserede konstruktioner af moderskabet, som oftest ses præge på de sociale medier (Knauf og Schramme, 2023).



 nannalijekvist • Sikke en magisk tid 🤪 Hvem havde troet at man under en samtale både kunne nyse og tisse i bukserne på samme tid?

Hvad har i oplevet af magi i jeres graviditet?

Billede 32 - Nannas Instagram profil

I kommentarsporet (billede 33) til opslaget (billede 32), udtrykker Nannas følgere genkendelse og fællesskab i de erfaringer, hun deler omkring graviditetens også udfordrende sider. En kommentar som “Lændesmerter 24/7 og uren hud i ansigtet... HVORNÅR KOMMER DEN PREGGO GLOW? 🤪💡”, vidner om, hvordan et opslag som dette skaber genkendelighed hos hendes følgere, og det kan siges, at Nanna inviterer sine følgere til en form for kollektiv identifikation. Nanna skaber en kulturel “relaterbar digital identitet”, der bygger på ærlighed og selvindsigt i moderskabets mange facetter.



Billede 33 - Kommentarspor fra Nannas Instagram profil

Når Nanna på sin Instagram profil taler ind i "en sårbar graviditets diskurs" (billede 34), hvor ubehag og sårbarhed får lov at fylde, og hvor det italesættes at graviditeten også kan føles ensom og lang, konstruerer Nanna en digital identitet, som formodes at fremstå både relaterbar og menneskelig.



Billede 34 - Nannas Instagram profil

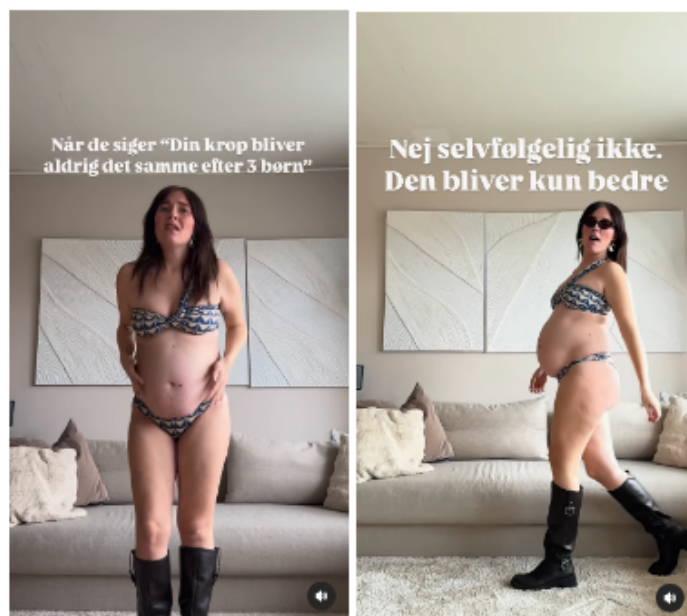
Når hun deler oplevelser og erfaringer, som oftest bliver fortiet i de offentlige fortællinger om graviditeter, inviterer Nanna ved at tale ind i denne diskurs til fællesskab og genkendelse i blandt sine følgere, som muligvis har følt det samme på egen krop. Denne måde Nanna performer sin digitale identitet på sin Instagram profil, kan belyses med afsæt i Boyd og Heer (2006), som siger, at en digital identitet på de sociale netværksmedier konstrueres gennem en kombination af visuelle elementer, æstetik og relationer og ikke kun igennem tekstuelle elementer. Nannas digitale identitet i denne sammenhæng er et eksempel på det visuelle 'jeg' som social aktør og det kulturelle jeg, da hendes billeder, tekstelementer og stilvalg formidler, hvem Nanna er som person, og samtidig hvordan hun gerne vil fremstå overfor sine følgere. Samtidig bliver hendes digitale identitet formet i samspil med det fællesskab, hun på sin Instagram profil er en del af og følgernes reaktioner på det, som hun deler. Hendes digitale identitet kan derfor ikke ses som noget fast, men som noget hun hele tiden løbende opbygger og justerer på.

Gennem sin Instagram profil tager Nanna del i en digital og netværksbaseret offentlighed, hvor hendes digitale identitet bliver formet både af de æstetiske valg, hun træffer og af

interaktionen med hendes følgere. En følelse af autenticitet opstår i hendes dialog med sit publikum, men der kan også ses være et pres for at være konsistent, som også er et vilkår Miller sætter i forbindelse med de sociale medier. Mange af Nannas opslag på hendes Instagram profil har det tilfælles, at bryde med glansbilledet, men man skal stadig være bevidst om, at hendes opslag stadig er en iscenesat performativ fortælling, som både skal balancere mellem publikums forventninger og platformens normer. Hendes digitale identitet viser her, hvordan 'selvet' på sociale medier konstant forhandles mellem sårbarhed og selviscenesættelse.

En kropspositiv digital identitet

Et stort tema for Nannas Instagram profil er også kvindekroppen. Hun taler aktivt ind i en "kropspositiv diskurs", hvor kvindekroppen ikke kun skal fremstå perfekt og uden fejl, men hun forsøger at skabe et rum, hvor der skal være plads til diversitet uanset kroppens udseende og størrelse. Nanna forsøger i denne sammenhæng at opbygge en "kropspositiv digital identitet". Et eksempel på dette ses i billede 35, hvor hun med ironi og humor kommenterer det udbredte udsagn: *"Din krop bliver aldrig den samme efter 3 børn"*, og tilføjer teksten dertil: *"Nej selvfølgelig ikke. Den bliver kun bedre."* Nanna taler her ind i en



Billede 35 - Nannas Instagram profil

“kropspositiv diskurs”, hvor moderkroppen ikke skal gøres til noget skamfuldt, men i stedet fremhæver hun den som foranderlig, stærk og værdifuld. Egenskaber, som ofte afspejles i de spor, en graviditet efterlader. I denne sammenhæng bliver det tydeligt, hvordan Nannas måde at interagere med og præsentere sin krop i den digitale kultur ikke blot afspejler hendes personlige oplevelser, men også er en del af en bredere diskurs, hvor kvinder i stigende grad udfordrer traditionelle normer for kropsidealer i et moderne samfund (Agentzoocph, 2024).

Nanna udtrykker kropspositivisme i sine opslag igennem billeder og videoer samt tilhørende tekst, der både repræsenterer hendes krop og positionerer hende i en digital kultur, hvor kropslig forskellighed og moderskabets transformation værdsættes. Samtidig ses det også tydeligt i kommentarsporet (billede 36) til dette kropspositive opslag, at Nannas følgere bakker op om hendes budskab. De udtrykker anerkendelse og opbakning til hendes åbenhed omkring kvindekroppen og dens foranderlighed. Dette ses i kommentar som; “*ELSKER ALT VED DET* 🤔🔥❤️” og “*Love, love, love...* ❤️”. Dette understøtter Millers idé om, at identitet på sociale medier er flydende og performativ, skabt gennem handlinger og interaktioner.



Billede 36 - Kommentarspor fra Nannas Instagram profil

Som influencer benytter Nanna sig af sin Instagram profil til at tage stilling til og samtidig udfordre samfundets forventninger til, hvordan en mor - krop bør og skal se ud. På sin profil viser Nanna offentligheden, hvem hun er, men i høj grad også hvordan hun vælger at være både kvinde og mor på. Hun gør det især gennem humor og visuel æstetik, og dette afspejler Deleuzes forståelse af identitet som noget, der opstår gennem gentagne praksisser og som er i konstant forandring. Det kan derfor siges, at Nannas iscenesættelse på Instagram illustrerer, at identitet ikke er en fast størrelse, man som individ besidder, men derimod skal identitet ses som en proces, som man hele tiden skaber og genskaber i forskellige kontekster og sammenhænge.

Når Nanna i sine opslag på sin Instagram profil fremhæver sine kropsforandringer med en positiv tone, er hun med til at udfordre de kulturelle forestillinger i samfundet, som ofte forbinder graviditet og moderskabet med tab af skønhed og tab af kontrol over egen krop. I relation til Deleuze forståelse af subjektet viser Nannas iscenesættelse i dette eksempel, hvordan identitet formes i krydsfeltet mellem samfundets normer, dets magtstrukturer samt Nannas egen måde at skabe mening om sig selv på. Nannas konstruktion af egen krop på Instagram bliver ikke bare et billede på en online social platform, men et aktivt sted for digital identitetsdannelse og samtidig i høj grad en forhandling af, hvad det vil sige at være mor og kvinde i en digital offentlighed.

Delkonklusion

Det fremgår tydeligt på Nannas Instagram profil, hvordan hun igennem sine multimodale diskurser konstruerer og forhandler sine digitale identiteter som influencer og mor. Hendes digitale identitet fremstår som performativ og netværksbaseret og formes i et dynamisk samspil med hendes følgere samt de kulturelle kontekster, som hun navigerer i.

Nanna konstruerer en "aktivistisk digital identitet", hvor hun med humoristiske og ærlige opslag fremstiller de uperfekte sider af moderskabet, som er med til at udfordre det normative syn på det at være mor. Samtidig deler hun åbent ud af sine følelser og refleksioner omkring moderskabet og konstruerer dermed en "sårbar digital identitet". Denne strategiske iscenesættelse fremstår som autentisk og ægte, hvilket kan styrke hendes relation til hendes følgere, til trods for, at identiteten er skabt i en medieret og performativ kontekst. En "relaterbar digital identitet" ses især gennem Nannas brug af humor og

selvironi, som fremstiller hende som en menneskelig og tilgængelig moderskabsfigur i kontrast til det glansbillede af moderskabet, som ofte ses dominere på de digitale platforme. Nanna arbejder aktivt på sin Instagram profil for at udfordre snævre kropsidealer og skaber plads til diversitet og accept af moderkroppens forandringer. Gennem dette arbejde konstruerer hun en "kropspositiv digital identitet".

På tværs af de multimodale diskurser fremstår Nannas digitale identiteter ikke som et fast udtryk for, hvem hun er, men som et resultat af strategiske og performative handlinger, der løbende forhandles i samspil med platformen og hendes følgere. Det sociale medie Instagram fungerer dermed som et rum, hvor moderskabet både udtrykkes, formes og udfordres i den digitale offentlighed.

Julie Elgaard

Materialistisk digital identitet

Det nedenstående afsnit vil omhandle en "materialistisk digital identitet". Miller understreger, at digital identitet i høj grad konstrueres gennem selektiv deling. Det moderne jeg er performativt, og det skabes og vises gennem billeder, symboler som er nøje udvalgte. Hos Julie træder et samlet billede frem, hvilket er et billede af en kvinde, der balancerer moderskabet, æstetik, livsstil og karriere. I billede 37 bruger Julie materialisme gennem en performativ digital identitet, og bilen på billedet kan ses som et statussymbol på dette. Man kan bruge Zhaos et al., definition, hvor identitet skabes via et 'kulturelt jeg', hvor



Billede 37- Julies Instagram profil

præsentationen af forbrugsvalg, smag og livsstil i form af billeder udgør en form for selvdefinition via forbrugeristiske markører, hvor identitet formidles gennem de kulturelle tilhørsforhold, man tilegner sig.

Billedet viser Julie med et stort smil, stående foran en sort Mercedes V-klasse, der er et luksuskøretøj. Mercedes-logoet er tydeligt i billedets komposition, hvilket indikerer, at mærket i sig selv er vigtigt. Hendes hånd præsenterer bilen, som var det et trofæ eller et element af stolthed. Dette billede indskrives sig i en "materialistisk digital identitet", hvor forbrugsgoder ikke blot er praktiske, men symbolske for velstand. Miller fremhæver, at digitale identiteter formes gennem udvalgte objekter i sociale medier, såsom forbrugsgoder, rejser, interiør og i dette tilfælde en bil, der fungerer som et symbolsk tegn, der kommunikerer livsstil, værdier og status til følgere. Bilen er en Mercedes og er ikke blot et transportmiddel. I den digitale iscenesættelse bliver den et tegn på økonomisk overskud, stabilitet og luksus, og Julie fremstår som en person, der "har styr på tingene". Dette er en del af det, Miller beskriver som kurateret autenticitet, hvor individet nøje udvælger, hvad der vises, for at forme modtagerens opfattelse. På sociale medier er materielle genstande i stigende grad en del af den måde, man opfatter og udtrykker sin digitale identitet på. Jo mere genkendeligt og prestigefyldt et brand er, desto stærkere signalværdi kan det have i en digital identitets sammenhæng. At det netop er en V-klasse model, som er en rummelig og familievenlig model, der også peger på et interessant krydsfelt mellem luksus og funktionalitet. Dermed bliver bilen en del af Julies bredere præsentation på hendes Instagram profil, som en succesfuld mor og influencer, der både prioriterer komfort, børn og stil. Billedet er et klart eksempel på, hvordan materialisme bruges strategisk i opbygningen af en digital identitet. Ved at iscenesætte sig selv med en luksusbil, præsenterer Julie sig som en vellykket, ansvarlig og moderne kvinde, der har adgang til ressourcer både økonomisk og socialt. Gennem Millers optik fremstår materielle objekter som sociale symboler, og delingen af disse bliver en performativ handling, hvor identitet ikke blot vises, men opbygges og forhandles digitalt.



Billede 38 - Julies Instagram profil

Endnu et eksempel på at Julie har en “materialistisk digital identitet”, kan ses i ovenstående billede 38, som hun har delt på sin Instagram profil. Billedet viser et arkitekttegnet hus i moderne minimalistisk stil. Der er store vinduespartier, sort zinktag og naturmaterialer. At Julie har valgt at dele denne visualisering som en del af hendes offentlige fortælling, er ikke blot en opdatering, det er en iscenesat identitets handling, hvor boligen bliver et digitalt statement. Miller argumenterer i sin teori for, at sociale medier ikke kun bruges til at udtrykke, hvem vi er, men i stigende grad til at forme og performe vores digitale identitet gennem udvalgte opslag. Her indgår materielle objekter, som vi også så i det ovenstående eksempel med bilen. At Julie deler huset, som hendes familie bygger, bliver en visuel manifestation af deres værdier, livsstil og sociale status. Ved at dele billedet i en digital kontekst gøres boligen til en del af Julies digitale identitet. Et rum for familie, æstetik og ikke mindst smag. Ved at fremvise huset i sin ufærdige, men design-perfekte form, skaber Julie en følelse af digital engagement. Huset er både et hjem og en fortælling, som følgere kan følge med i, beundre og lade sig inspirere af. Men samtidig kan det formodes, at dette også hos nogle kan skabe et urealistisk syn på familielivet. Ved at vise sit kommende hjem inviterer Julie sine følgere ind i en personlig, men kontrolleret intimsfære. Det skaber følelsen af nærhed og transparens samtidig med, at det styrker hendes position som livsstilsautoritet. Huset bliver med andre ord et socialt redskab, der ikke kun tjener praktiske

funktioner, men også en performet digital identitet. Det fortæller, hvem man er, hvad man værdsætter og hvad man har råd til. Set gennem Millers teori er billedet af det arkitekttegnede hus et stærkt eksempel på, hvordan materielle symboler integreres i digitale identitets praksisser. Julie anvender huset som en visuel investering i sin online identitet, hvor hun fremstår som moderne, stilbevidst og værdibåret. Hjemmet er ikke blot et sted at bo, men en scene der kan være med til at præsentere en selvfremstilling.



Det ovenstående billede 39 viser Julie i udlandet, og her spiller rejsen samt designertasken en central rolle i konstruktionen af en globaliseret og ambitiøs digital identitet. Med Millers teori fremstår rejsen som performativ erfaring, da rejsen ikke bare er et privat minde, men et kurateret element i hendes digitale selv, som kommunikerer frihed, økonomisk overskud og kulturel kapital. Saint Laurent tasken er ikke blot en accessoires, men den præsenterer en signalværdi, som placerer Julie i en international materialistisk livsstil, hvor succes handler om mere end arbejde, det handler om, hvordan man lever.



Billede 40 - Julies Instagram profil

Endnu et eksempel på en "materialistisk digital identitet" kan ses i billede 40. Julie fremstår velklædt og velplejet i en kombination af casual og festligt tøj, da hun har en mørk, blød sweater sat sammen med en glitrende nederdel og en quiltet designer håndtaske af mærket Chanel. Det visuelle udtryk er præget af stilsikker materialitet, som rækker ud over selve påklædningen og ind i interiøret med glasskabe, design vaser fra Louise Roe og de levende lys. Tøjet, boligindretningen, accessoriene bruges som symboler på stil, status og livsstil. Disse symboler fungerer som identitetsmarkører, der signalerer til modtagerne, hvem man er eller ønsker at fremstå som. Julies outfit og omgivelser er et tydeligt eksempel på dette. Hendes Chanel taske, den glitrende nederdel og nøje valgte omgivelser udgør en æstetisk iscenesættelse, der placerer hende i endnu en "materialistisk digital identitet". Det er ikke overdrevet prangende, men præget af stilren overflod, en form for skandinavisk luksus, der gør det muligt for modtagerne både at beundre og relatere til hende. Det materialistiske i billedet fungerer her ikke blot som forbrug, men som en del af hendes digitale identitet, som siger: "Jeg har smag, jeg har kontrol, og jeg har adgang til luksusprodukter". Miller argumenterer for, at sociale medier tilskynder individer til at engagere sig i at kuratere sine opslag, hvor man løbende redigerer og deler indhold, der stemmer overens med ens ønskede image. Julies billede er et klassisk eksempel på dette. Hendes spontane smil og den let tilbagelænede posur er en del af en strategisk performance, hvor både hendes stil, hendes hjem og hendes digitale identitet fremstår som én samlet fortælling. Her bliver

materialisme en effektiv strategi, da de fysiske objekter ikke kun er fysiske varer, men også emotionelle og sociale redskaber til at opbygge en følgerskare, styrke hendes brand og fastholde relationen til modtagerne. Set gennem Millers optik er Julies billede en tydelig illustration af, hvordan det materialistiske og digitale identitet flettes sammen i en influencer kultur, hvor man konstant performer og kuraterer sin personlighed gennem billeder, mærker og miljøer. Det materialistiske bliver ikke overfladisk, den bliver meningsbærende og identitetsskabende.



Billede 41 - Julies Instagram profil

Billede 41 viser et eksempel på, hvordan digital identitet og materialisme også breder sig ind over Julies familieliv. Det ovenstående billede viser Julies datter til ridning, smilende og liggende afslappet over hestens ryg. Dette fremstår ved første blik som et spontant og kærligt øjeblik. Men set i lyset af Millers teori om digital kultur og identitet, kan billedet læses som en strategisk del af et digitalt iscenesat selv, hvor hver deling er et udtryk for en kurateret livsstils fortælling. I dette tilfælde bliver datterens ridning og det visuelle udtryk; natur, hest og afslappet glæde en del af Julies udvidede digitale selv, der kan beskrives som moderen, der tilbyder sine børn et sundt, meningsfuldt og harmonisk liv med sunde fritidsaktiviteter. En væsentlig del af Millers argument er, at materialitet og de ting og aktiviteter, vi omgiver os med og viser frem digitalt bærer symbolsk og identitetsskabende betydning som nævnt ovenfor. I billedet bliver hesten, ridehelmen, udendørs miljøet og tøjet ikke bare funktionelle, men visuelle indikatorer på bestemte sociale og kulturelle værdier.

Ridning er her ikke bare en aktivitet, men det er et symbol på økonomisk velstand, da ridning kræver adgang til dyrt udstyr og økonomiske ressourcer. Det kan også beskrives, at være et symbol på kulturel dannelse, da sporten ofte er forbundet med ansvar og disciplin. Endnu et eksempel, det ovenstående billede repræsenterer, er en livsstil, der signalerer overskud og engagement i barnets udvikling.

Miller argumenterer også for, at digital identitet handler om at fremvise det "rigtige" følelsesliv. I billedet fremstår barnet ikke kun glad, da hun også udstråler frihed, tryghed og balance. Denne følelsesmæssige æstetik styrker Julies identitet som en mor, der skaber glade og meningsfulde rammer for sine børn. Den følelsesmæssige iscenesættelse er i sig selv en strategisk værdi i influencer kulturen, hvor følelser på samme måde, ligesom objekter, bliver kurateret. Miller beskriver, hvordan hverdagslivet i en digital kontekst ofte bliver en iscenesat fortælling, hvor det almindelige fremstår ekstraordinært gennem visuel redigering og kontekstualisering. I billede 41 bliver noget så hverdagsligt som en ridetime til en symbolsk scene, hvor Julies datter både bliver subjekt og objekt i moderens digitale konstruktion. Dette er et eksempel på en fortælling om det gode liv, der formes af kærlighed, natur, struktur og glæde. Med udgangspunkt i Millers teori kan vi se, hvordan Julies opslag ikke blot er et øjebliksbillede, men skal ses som en bevidst handling i en digital identitet praksis, hvor det materialistiske, følelser og relationer anvendes som byggesten i konstruktionen af det sociale selv. Billedet af datteren til ridning indgår i en større fortælling om moderskab og familieliv som noget værdifuldt, smukt og værd at dele, og det er netop i denne deling, at det moderne, digitalt forankrede selv formes og forstærkes.

Den succesrige karrierekvinde identitet

Den næste digitale identitet har vi valgt at kalde den "succesrige karrierekvinde identitet". Her vil de ovenstående billeder blive brugt til at fremanalysere denne digitale identitet, samt vil et nyt billede blive præsenteret nedenfor. Vi har til formål at fremvise en nuanceret analyse og derfor kan og vil vi også gerne bruge de ovenstående billeder til at fremanalysere et andet syn på den digitale identitet, som Julie også skaber med disse billeder.

Hvis vi starter med at analysere Mercedes-billedet (billede 37), som viser økonomisk overskud og professionel kontrol, kan man med Millers teori aflæse bilen som en

statusmarkør, der udtrykker økonomisk selvstændighed og mobilitet. Julie smiler selvsikkert og holder bilen frem som en naturlig del af sit liv, ikke nødvendigvis som pral, men som en del af en velfortjent livsstil. Dette iscenesætter hende som en ambitiøs og målrettet kvinde.

Billede 38 af det arkitekttegnede hus, kan også beskrives at præsentere en form for strategisk planlægning og fremtidstænkning. Billedet viser det kommende hjem, som Julie og hendes mand bygger. Dette kan også være med til at præsentere en digital identitet, der viser en kvinde med visioner og langsigtede mål. Huset er ikke bare en bolig, men det er en livsstils strategi og investering. Miller fremhæver, hvordan objekter og rum bliver en del af vores performative identitet. Her symboliserer boligen stabilitet, overskud og strategisk livsplanlægning, alt sammen byggeklodserne i forestillingen om den moderne, succesfulde karrierekvinde.

Billede 40, hvor Julie er iført glimernederdelen, den grå strik og Chanel tasken, kan beskrives som hendes arbejdsidentitet. Julie fremstår her som en kvinde med smag og social bevidsthed, hvor både tøj og omgivelser iscenesættes med elegance. Med Millers teori kan denne form for selvfremsstilling læses som et eksempel på, at tøjet og tasken bliver visuelle markører, som viser, at hun mestrer de kulturelle koder, der forbindes med succes og overskud. Samtidig signalerer hendes kropssprog en afslappende, men kontrolleret, professionel selvsikkerhed, der bekræfter hendes position som influencer og forretningskvinde. Det er ikke blot mode, men det er arbejdsuniformen for den digitale karrierekvinde.

Julie ses i billede 42 i en smykkeforretning foran et reklamespot for eget brand. Hun sidder foran en væg med en kampagne for sin kollektion med smykkemærket Vibholm med armene løftet i triumf og smilet tydeligt. Dette billede er et selverklæret karriere billede, hvor hendes digitale identitet som influencer, iværksætter og brand smelter sammen. Ifølge Miller viser billedet, hvordan det digitale selv ikke kun handler om at være, men om at blive til gennem iscenesættelse af sine projekter. Julie iscenesætter sig her som skaber og frontfigur, der er en kvinde, der ikke blot repræsenterer produkter, men er med til at designe dem.



Billede 42 - Julies Instagram profil

Alle de ovenstående billeder bekræfter Julie som en kvinde, der bruger visuel materialisme og oplevelser som sociale redskaber i opbygningen af en digital karriere identitet. Med Millers optik er hun ikke blot en influencer, men en selvstændig performer af det moderne succes begreb, hvor arbejde, æstetik, frihed og selvkontrol smelter sammen i ét billede, som kan beskrives at være den digitale karriere kvinde anno 2025.

Den sårbar identitet

Den næste identitet vi fremviser hos Julie, kalder vi for den "sårbare identitet". Ifølge Miller er digital identitet ikke statisk, men en performativ og medieret praksis. Billede 43 ses et tydeligt eksempel på Millers forståelse af, hvordan digital identitet konstrueres og performes i det sociale netværks medie Instagram. Ifølge Miller skal vi forstå digital identitet som noget, der ikke handler om at kommunikere selvet, men at iscenesætte det som en praksis. Julies billede er netop ikke "en tilfældig tåre", det er et bevidst valg af deling, hvor hun inviterer sine følgere ind i det private, men på egne præmisser. Her ses også Millers pointe om, at sociale medier ikke bare afspejler hverdagen, men transformerer den til fortællinger, der skaber identiteter. Et grådfyldt øjeblik i bilen bliver til et digitalt statement om mod, følelser

og ærlighed, en fortælling, der bidrager til hendes brand som både mor, kvinde og influencer. Vi har tidligere understreget, at Julie har en meget ensformigt måde at konstruere moderskabet på, men her ses der et eksempel på, at identitet er flydende og ikke fast. Eftersom dette opslag i den grad skiller sig ud fra Julies Instagram profil, kan vi dermed fremvise en ny “sårbar identitet” hos Julie.



Billede 43 - Julies Instagram profil

Den feminine gravide mor identitet

Den næste digitale identitet der vil blive analyseret er “den feminine gravide mor”. Julie iscenesætter en fortælling om femininitet, moderskab og branding, som hun præsenterer i store dele af hendes Instagram opslag. Det handler ikke om at være, men om at gøre identitet og især om at kuratere og formidle den gennem billeder, objekter og visuelle koder. Gennem dette ser vi en gravid kvinde i kontrol, æstetisk bevidst influencer, og personlighed i balance mellem det intime og det delbare. Billedet er nøje komponeret, hvor alt fra farvekoordination og kropsholdning til arkitektonisk baggrund. Miller pointerer, at materielle objekter og stilvalg bliver en forlængelse af den digitale identitet. I billede 44 kommunikerer Julie, at lyserød er et farvetema, der traditionel set kan anses for at være forbundet med

femininitet, som også nævnt i analysedel 1. Især blomsterprintet på kjolen samt farven kan give et indtryk af, at hun former sin digitale identitet med en form for blidhed og omsorg, og skal ses som en visuel branding af hendes influencer identitet. Farven lyserød fungerer her ikke blot som et æstetisk valg, men som symbolsk, da farven i en digital kultur forbindes med varme, ro, kontrol og emotionel tilgængelighed (Udforsksindet, 2022). Miller skriver, at det digitale selv ikke blot opstår i ekstreme eller spektakulære situationer, men især i det hverdagslige, som gøres værd at dele. Julie står blot på en trappe, men med den rette komposition, farvevalg og kropsholdning bliver dette hverdagsøjeblik en fortælling om ro, skønhed og overskud midt i graviditeten. Hendes digitale identitet styrkes netop gennem evnen til at fremvise graviditeten som både æstetisk og følelsesmæssigt harmonisk, hvilket aktiverer Millers idé om, at identitet er noget, man performer.



Billede 44 - Julies Instagram profil

Delkonklusion

Analysen af Julies Instagram profil viser, hvordan identitet i en digital influencer kontekst konstrueres gennem en strategisk og performativ sammensmeltning af moderskab, æstetik, følelsesliv og kommerciel branding. Julie fremstår ikke blot som privatperson, men som et kurateret digitalt selv, der opererer i spændingsfeltet mellem det intime og det offentlige. Med afsæt i Millers forståelse af digital identitet som en performativ og kurateret praksis, kan vi se, hvordan Julies indhold er præget af både emotionel autenticitet og visuel kontrol. Dette ses gennem nøje udvalgte billeder, der spænder fra hverdagsglimt og følelsesudbrud til polerede produktvisninger og arkitekttegnede boligdrømme. Der etableres en digital identitet, der balancerer mellem det materialistiske, det succesfulde, det sårbare og graviditeten.

Julie konstruerer en digital identitet, der appellerer til samtidens idealer om kvindelighed, følelsesmæssig intelligens og karrieremæssig balance. Hun fremstår både som mor, kvinde og iværksætter, men altid med en visuel og sammenhængskraft, der gør hendes profil genkendelig og troværdig for følgerne. Hendes brug af farven, lyserød, mode relaterede fortællinger og følelsesladede opslag skaber et univers, hvor moderskab og branding smelter sammen i en emotionel æstetik. Samtidig viser analysen, hvordan Julie gennem platformens stories, captions, billeder og samarbejder aktivt forhandler sin digitale identitet relationelt til sine følgere. Julies digitale identitet bliver således ikke blot noget, hun udtrykker, men noget hun skaber og vedligeholder gennem kontinuerlig social og visuel interaktion.

Analysedel 3 - Moderskabets potentialer og mulige begrænsninger i en digital kontekst for nuværende moderskabspraksisser

I denne 3 analysedel fokuseres der på, hvilke virkninger influencers konstruktion af moderskabet kan have for nutidige moderskabspraksisser, både i kraft af det potentiale, de rummer, og de rammer og mulige begrænsninger, de samtidig kan sætte. Med afsæt i vores fokusgruppedata undersøger vi, hvordan moderskabskonstruktioner på Instagram influerer nutidige moderskabspraksisser. Analysen bygger videre på fund fra analysedel 1 og 2 og inddrager relevante perspektiver fra vores litteraturreview for at nuancere og perspektivere resultaterne.

Potentialer for nuværende moderskabspraksisser

I det følgende afsnit udfolder vi det potentiale, influencers konstruktioner af moderskabet rummer, og hvordan disse konstruktioner kan influere og åbne nye muligheder for nuværende moderskabspraksisser og forståelser.

Gennem analysen af Nanna Liljekvist i analysedel 1 og 2 bliver det tydeligt, at hun konsekvent deler relaterbart indhold om moderskabet på sin Instagram profil. I forlængelse heraf skaber hun en "relaterbar identitet", som kan ses som mulige bidrag, der potentielt kan have en positiv indvirkning på nuværende moderskabspraksisser.

I vores litteraturreview har vi identificeret en central pointe fra Wegener, D'Aprile og Plumeier (2024), der viser, at nyere forskning peger på, at mange mødre oplever en positiv indvirkning af den sociale, emotionelle og fællesskabsorienterede støtte, de modtager gennem sociale medier. I denne optik kan sociale medier forstås som et meningsfuldt støttefællesskab, der bidrager til at understøtte mødres overgang til og håndtering af den nye identitet som mor.

I vores fokusgruppeinterviews konstrueres også lignende forståelser, da vi under vores interviews fremlægger forskelligt indhold fra både Nanna og Julies Instagram profiler. En interviewperson formulerer sig således, da hun bliver præsenteret af et opslag af Nanna, som igennem billede og tekst formidler de sårbare sider af sin graviditet;

*“Jamen jeg blev en lille smule rørt, fordi det er jo sådan meget relaterbart for mig også altså, og når man er i det, så mangler man ligesom du også siger T, der mangler sindssygt meget noget, der siger, okay kender, du er ikke alene og ikke bare få at vide at, sådan er det heldigvis ikke for alle, fordi f*** hvor er det bare brutalt at få at vide, når man har det som hun har det vist altså. Og så synes jeg måske uden at vide, om det er det der er sket. Men måske har de her typer af opslag som er så personlige og så rørende, men jo også genkendelige for mange. Måske er de med til ude i den virkelige verden at åbne op for de her snakke kvinder imellem” (Bilag 5, interview 3, linje 286).*

Denne form for relaterbarhed, som vores interviewperson i det ovenstående omtaler, kan vi sammenligne med måden hvorpå Nanna fremstiller sig selv som influencer. På sin Instagram profil taler Nanna ind i en “en sårbar graviditets diskurs” og en “hverdags kaos diskurs”. Disse multimodale diskurser producerer genkendelige og relaterbare sider af moderskabet, som i vores data træder frem som noget mange mødre kan spejle sig i og identificere sig med, hvilket også, som tidligere nævnt, er tydeligt i Nannas kommentarspor på Instagram (jf. analysedel 1 – Nanna Liljekvist).

Som nævnt ovenfor har vi konkluderet, at Nanna kuraterer en “relaterbar digital identitet”. Som analysen konkluderer, anvender Nanna blandt andet humor som et strategisk virkemiddel til at positionere sig inden for en “realistisk graviditetsdiskurs”, der udfordrer den dominerende og idealiserede fortælling om den “magiske graviditet”. I stedet rettes fokus mod de mere tabubelagte sider af graviditet og moderskab, hvilket muliggør nye forståelser og praksisformer, men også giver andre mødre en chance for at spejle sig i og føle sig genkendt i Nannas fortællinger.

Som yderligere eksempel på hvordan denne relaterbarhed konstrueres gennem humor, udfolder sig i nedenstående citater, hvor det realistiske bliver legitimt og hermed genkendeligt i Nannas brug af humor;

A: *“Jeg synes Det er ***** sjovt.”* (Bilag 5, interview 3, linje 178).

L: *“Ja. Det er meget genkendeligt altså.”* (Bilag 5, interview 3, linje 179).

T: *“Ja, jeg tænker præcis det samme. Det kunne også have været mig.”* (Bilag 5, interview 3, linje 182).

Ifølge Knauf og Schramme (2023) peger flere studier på en udbredt tendens, hvor forældre anvender sociale medier som platform for at dokumentere deres familieliv med børn. Denne praksis kan forstås som en form for strategisk selvfremstilling, hvor forældreskabet iscenesættes og fremhæves som en tendens, der ofte betegnes som “sharenting”. I vores litteraturreview diskuterer Knauf og Schramme netop denne tendens, når de introducerer begrebet “calibrated amateurism”, som betegner en strategisk produktion af indhold, der fremstår ufiltreret og uperfekt, med det formål at fremstå troværdig og opnå modtagerens tillid. Denne strategi anvendes særligt af mødre, der søger at etablere en digital identitet præget af autenticitet. Netop denne strategi benytter Nanna sig af som influencer, hvor hun bevidst kuraterer opslag, der ofte fremhæver moderskabets uredigerede og uperfekte sider. En interviewperson udtaler i denne forbindelse;

“Ja, men jeg er meget enig, og så synes jeg, det var dejligt at se de der strækmærker. Der er fordi dem har jeg også selv fået især anden gang. Så det er sådan noget jeg lægger mærke til, og det synes jeg er rart. Jeg har haft nogle gode graviditeter, så det er ikke fordi jeg på den måde bliver sådan ramt altså, men jeg syntes det altid er rart, når man også kan dele de svære ting.

Så der kan sidde nogle derude og ja ikke føler sig så alene i det. Ja ” (Bilag 5, interview 3, linje 252).

Det ovenstående citat viser, hvordan interviewpersonens oplevelse af autenticitet og fællesskab bliver influeret af Nannas måde at konstruere moderskabet på. Gennem den måde, Nanna taler om det “ærlige” og det “svære”, bliver det tydeligt, hvordan calibrated amateurism fungerer som en måde at skabe følelsesmæssig genkendelse og en følelse af fællesskab med andre mødre. På den måde bliver moderskabet ikke bare noget, man ser eller læser om, men det bliver aktivt skabt og forhandlet i mødet mellem influencer og følger i den digitale kontekst.

Samtidig illustrerer en anden interviewpersons udsagn, hvordan moderskabsfortællinger i den digitale kontekst aktivt forhandles og nuanceres gennem Nannas praksis;

“Hun er i hvert fald god til at komme med et andet perspektiv end kun alt det gode ved at være mor”

(Bilag 3, Interview 1, linje 227).

Ved at interviewpersonen fremhæver Nannas evne til at bringe et alternativt perspektiv på moderskabet, illustreres det, hvordan moderskabet ikke blot reproduceres som en ensidig fortælling om det positive, men derimod bliver nuanceret og åbnet op for en mere kompleks og mangfoldig forståelse.

Delingen af det uperfekte og uredigerede har potentiale til at skabe genkendelighed og dermed åbne op for, at nuværende moderskabspraksisser kan spejle sig i og relatere til indhold, som opleves som autentisk og nærværende.

Mulige begrænsninger for nuværende moderskabspraksisser

I dette afsnit udfolder vi, hvilke rammer og mulige begrænsninger konstruktionen af moderskabet på de sociale medier kan medføre for nutidige moderskabspraksisser. Hvor den ovenstående analysedel har fokuseret på potentialet, som digitale platforme tilbyder mødre i deres identitetskonstruktion og fællesskaber, rettes fokus her mod de idealer og normer, der på sociale medier sættes, og som kan virke begrænsende og ekskluderende for nogle mødre. Med afsæt i vores fokusgruppedata ønsker vi at undersøge, hvordan de dominerende diskurser om moderskab online kan sætte rammer og muligvis begrænse nuværende moderskabspraksisser.

Wegener, D'Aprile og Plumeier (2023) beskriver, hvordan en generation af "digitale indfødte" nu træder ind i rollen som "digitale forældre", hvor sociale medier i stigende grad præger forældreskabet gennem øget online tilstedeværelse, iscenesættelse og en tendens til primært at fremhæve de kun positive øjeblikke. Denne praksis bidrager til et snævert og urealistisk billede af moderskabet, hvor særligt de sårbare og uperfekte sider ofte er fraværende. Knauf og Schramme supplerer med forskning, der viser, at moderskab på sociale medier typisk fremstilles poleret og idealiseret, med fokus på positive stemninger, æstetiske billeder og slanke, velplejede mødre. Denne selvpræsentation kan skabe urealistiske forventninger til, hvordan mødre bør se ud og opleve moderskabet.

I vores fokusgruppeinterview træder denne problematik tydeligt frem som et centralt tema, hvor det fremgår, at de dominerende forståelser af moderskab på Instagram ofte konstrueres som et idealiseret og uopnåeligt glansbillede, og aktivt er med til at producere en distance mellem disse konstruktioner og deltagernes egne erfaringer. Denne konstruktion skaber dermed en oplevet adskillelse, hvor de sociale mediers fortællinger ikke spejler, men snarere adskiller sig fra mødrenes virkelighed. En interviewperson i fokusgruppen formulerede det således;

“At mange af de mødre på Instagram, at de sætter nogle urealistiske forventninger til moderskabet. Øhh og det er også som du skriver, at børnene de hygger altid og der er altid mega god hjemmelavet mad og moren har makeup på og mega flot tøj og håret er sat, så på den måde der synes jeg, altså jeg synes det bliver bare meget en altså sådan et glansbillede og meget poleret, øh og som du også siger med det, så er det tit og ofte alt det gode, der kommer frem. Og det er jo også rart med noget positivt, men når man har små børn, er der altså ikke, altså det er bare ikke altid lig med overskud. Altid. Sådan så det bliver jo bare meget et glansbillede, og det kan være svært at spejle sig i, når man så sidder og kigger, altså når man sidder og kigger på alt det, fordi at man har små børn. Det er jo netop at man altid ser ud af helvede til nogle gange og ikke har makeup på og børnene er fuldstændig op ad bakke” (Bilag 3, interview 1, linje 120).

De urealistiske forventninger, som vores interviewperson her omtaler, kan sættes i forbindelse med Julies måde at fremstille sig selv som influencer. På sin Instagram profil taler Julie ind i en “æstetik mor diskurs”, hvor hun præsenterer moderskabet som noget æstetisk, pænt og kontrolleret, hvilket kan være med til at skabe en præsentations - og perfektionskultur, hvor mødre føler et pres for at leve op til et idealiseret billede af det “rigtige” moderskab (jf. analysedel 1 - Julie Elgaard). Et billede, som ofte er uforeneligt med hverdagens komplekse og uperfekte virkelighed, som interviewpersonen også refererer til i det ovenstående citat. Samtidig kobler dette sig til den “materialistiske digitale identitet”, som Julie konstruerer på sin Instagram profil (jf. analysedel 2 - Julie Elgaard). Her balanceres moderskab, æstetik, livsstil og karriere på én gang. En kombination, der yderligere kan bidrage til de urealistiske forventninger, som interviewpersonen fremhæver i det ovenstående citat. Man kan derfor sige, at diskurserne i denne forbindelse kan være med til at forme praksis, og det kan derfor være med til at begrænse nogle mødres

muligheder for, at positionere sig som “en god mor”, hvis deres erfaringer med moderskabet ikke matcher det dominerende ideal for moderskabet i en digital kontekst som dette eksempel. En kløft skabes derfor mellem det iscenesatte online moderskab og det levende moderskab, hvilket kan føre til utilstrækkelighed hos nogle mødre.

Ouvrein (2022) påpeger endvidere, at det ikke er mængden af tid, mødre bruger på sociale medier, der er afgørende, men hvordan de forholder sig til det indhold, de møder, og især når det fører til sammenligninger med andre. Dette perspektiv understøttes af det Ouvrein kalder “Social Comparison Theory”, som forklarer, hvordan mennesker bruger andres liv som målestok for egen identitet og selvforståelse. Problemet opstår, når sammenligningerne tager afsæt i de idealiserede og urealistiske konstruktioner af moderskabet, som ofte dominerer mange influencers profiler. Denne tendens træder også tydeligt frem i vores data, hvor utilstrækkelighed tematiseres, som et fænomen, der kan opstå i mødet med det kuraterede moderskab indhold på de sociale medier. En interviewperson udtaler i denne forbindelse;

“Ja, øhn jeg synes, at det er sådan lidt en forvrænget virkelighed, hun stiller op. Altså det er det der glansbillede, som man jo nok et eller andet sted alle sammen ville ønske, man kunne skabe, men som man i stedet for gunther sig selv oven i hovedet med. Hvorfor kan jeg ikke også skabe det der agtigt?” (bilag 3, Interview 1, linje 181).

Dette citat er med til at tydeliggøre, hvordan sociale medier ikke kun fungerer som en inspirationskilde, men også kan fremkalde selvkritik og følelser af utilstrækkelighed i nuværende moderskabspraksisser, når idealiserede billeder er med til at danne målestok for det levede moderskab. Dette kan derfor relateres til den tidligere omtalte “æstetiske mor diskurs” hos Julie, hvor hun gennemgående på sin Instagram profil præsenterer en vis standard for moderskabet som noget æstetisk, pænt, overskudsagtigt og kontrolleret. En diskurs, som taler ind i en idealiseret og normativ forståelse af moderskabet (jr. analysedel 1 - Julie Elgaard). Indhold som dette kan være med til at skabe et normativt pres og forventninger, som nogle mødre kan opleve som vanskelige at leve op til, hvilket også kommer til udtryk i det ovenstående citat. Forskning viser, at netop sammenligninger som

dette eksempel på de sociale medier kan betragtes som farlige, når influencere repræsenterer et urealistisk billede af virkeligheden, der ikke nødvendigvis afspejler den komplekse og uperfekte virkelighed, mange mødre faktisk oplever (Ouvrein, 2022).

I forlængelse heraf påpeger Maares et al. (2021), at influencers ofte forsøger at fremstå autentiske, selvom deres indhold er nøje redigeret og iscenesat, men for meget redigering kan svække oplevelsen af ægthed hos publikum. Netop autenticiteten i konstruktionen af moderskabet på Instagram blev også et tema i vores data, hvor en interviewperson hertil udtaler;

“Men men altså, det har vi jo været inde på en del gange, det mister jo rigtig meget af sin autenticitet, når det først skal igennem et filter. Altså i det sekund du skal finde din telefon frem og finde det helt rigtige billede og den rigtige billedtekst og så videre, så kan hele det sande billede eller det fulde billede jo ikke blive sendt ud. Altså det kan ikke lade sig gøre, men det kan det jo heller ikke, altså sådan er det jo med kommunikation også. Det kan det jo heller ikke, altså i det virkelige liv det, men det kan det mindre på Instagram og og det tror jeg bare jeg er enormt opmærksom på” (bilag 4, interview 2, linje 137).

Det er i citatet tydeligt, at deltageren oplever en begrænsning i autenticiteten på Instagram, fordi indholdet altid skal igennem en kurateringsproces og redigering. Denne medierede iscenesættelse gør, at det er umuligt at skabe et helt og sandt billede af moderskabet på en online platform som Instagram, og dette skaber en kløft mellem de virkelige moderskaber og den polerede konstruktion af moderskabet online.

Som tidligere nævnt kan sociale medier fungere som et rum for fællesskab og støtte i moderskabet, men de kan samtidig også have en negativ indvirkning, da det ifølge Abetz og Morre (2018) også kan skabe det de kalder en “mor krig”, hvor det som ofte starter som støtte og erfaringsudveksling mellem mødre og kan udvikle sig til konkurrence og en dømme kultur. Denne sammenligningskultur og pres kommer til udtryk i det følgende citat, hvor en interviewperson beskriver, hvordan hun oplever et urealistisk billede af moderskabet på Instagram, hvilket producerer følelser af utilstrækkelighed i hende;

“Jeg 33 år og jeg bor til leje og mit hjem det sejler virkelig, vi ikke kommet på plads fordi at alt bliver renoveret og vores bil er lige begyndt at blinke, og det er jo en gammel bil fra 2004 og altså, og der står ikke en million kroner på min konto, og det kommer der heller ikke til nogensinde. Og så kommer jeg lidt til at

*tænke, og at kigge meget indad og tænke **** mand. Jeg har i forhold til dem her, hvad de viser på Instagram, så har jeg virkelig ikke særlig meget. Men så går der et øjeblik, og så kommer jeg i tanke om, at jeg jo i virkeligheden har rigtig meget. Altså Jeg har 2 søde børn og jeg er gift og altså har et arbejde, og jeg får løn hver måned . Så så Jeg har det jo fint alligevel.*

*Men men bare den der følelse, den kommer lige op og sådan **** mand burde jeg også have nået alle de her ting fordi at jeg er 33 år” (bilag 4, interview 2, linje 134).*

Begrænsningerne, som nogle influencers skaber i deres konstruktion af moderskabet, kommer til udtryk i de perfekte og polerede billeder og opslag, der skaber en kultur præget af konstant sammenligning. Når Julie på sin profil præsenterer os for en "materialistisk digital identitet", hvor materialisme bruges strategisk til opbygningen af en digital identitet, præsenterer hun sig som en vellykket og ansvarlig mor, som har adgang til ressourcer både økonomisk og socialt. Dette eksempel kan være med til at starte det Abetz og Morre kalder en "mor-krig", som bidrager til urealistiske forventninger til, hvordan moderskab og familieliv "bør" se ud, hvilket kan få nogle mødre som interviewpersonen til at føle sig utilstrækkelige, selvom deres liv tilsyneladende indeholder mange værdifulde og positive elementer.

En interviewperson fremhæver en anden central begrænsning i konstruktionen af moderskabet på de sociale medier. Nemlig fraværet af nuancer og balance i de måder, hvorpå moderskabet fremstilles. I forlængelse heraf udtrykker interviewpersonen;

“Så kommer jeg også i tanke om, at jeg har nogle flere omkring mig, som nogle gange sådan spørger lidt bekymret til, om det nu er en god idé for dem at få børn, fordi at de kommer forbi de der profiler, der skildrer det der virkelig hårde og det virkelig bøvlet ved forældreskabet. Så jeg kan også være bekymret for, at det sådan altså, der er bare en skævvridning, uanset hvilke profiler man vælger at følge, fordi enten så har den profil slået sig op på at være en af dem der nedbryder tabuer og i italesætter det hårde og svære, eller også så er det sådan en profil, der er meget idylliserende og kun taler om det gode og det og jeg har ikke endnu fundet en profil, der sådan har den perfekte balance imellem de to, Ja.” (bilag 4, interview 2, linje 142).

Der ses en tendens til, ifølge interviewpersonen, at moderskabet fremstilles enten ekstremt hårdt og kompliceret eller idyllisk og ubekymret, og at det sjældent ses, at det lykkes nogle profiler på Instagram at vise en mere realistisk mellemvej af moderskabet. Denne skæve repræsentation af moderskabet kan have konkrete konsekvenser for, hvordan moderskab i dag både praktiseres og forstås. Pointen er således, at sociale medier kan indsnævre forståelsen af moderskabet ved primært at formidle polariserede narrativer, der enten

idealiserer eller overdramatiserer moderskab oplevelsen. Dette skaber et tomrum for mere nuancerede og realistiske fortællinger, som ellers kunne understøtte autentiske moderskabspraksisser og styrke fællesskabet mellem mødre.

Denne begrænsning bliver særlig relevant i lyset af Wegener, D'Aprile & Plumeier, der beskriver, hvordan en generation af "digitale indfødte" nu er trådt ind i rollen som "digitale forældre". Det peger på, hvordan forældreskabet i det senmoderne samfund i stigende grad formes i tæt samspil med sociale medier og de idealer, normer og værdier, der formidles herigennem. Når de digitale konstruktioner af moderskabet enten romantiserer eller problematiserer forældreskabet i overdreven grad, risikerer det at indsnævre forståelsen af, hvad moderskab kan være. Ikke blot for dem, der allerede er mødre, men også for kommende generationer, som spejler sig i disse billeder og forestillinger på de sociale medier.

Delkonklusion

Analysen peger på, at influencers som Nanna, via hendes digitale selvfremstilling, kan være med til at udfordre og reproducere gældende moderskabspraksisser. Ved at dele relaterbart, autentisk og ofte uredigeret indhold bidrager hun til at gøre moderskabet mere nuanceret og mangfoldigt, hvor også de svære og mindre idealiserede sider får plads. Denne tilgang kan åbne op for følelsesmæssig genkendelse, fællesskab og dialog blandt nuværende moderskabspraksisser, som kan spejle sig i de delte erfaringer og dermed opleve støtte i deres moderskabsidentitet. På den måde bliver moderskabet ikke blot repræsenteret, men aktivt rekonstrueret i det digitale møde mellem influencer og følger, hvilket peger på et betydeligt potentiale i influencers konstruktioner til at influere og berige forståelsen af moderskab i praksis.

Moderskabets konstruktion på sociale medier ses ofte være præget af iscenesættelse og nøje kurateret indhold, hvilket mindsker autenticiteten og skaber en afstand mellem det virkelige moderskab og det digitale billede af det. Selvom det digitale rum har potentiale som et støttende fællesskab, kan det i praksis udvikle sig til en konkurrencepræget arena, hvor mødre oplever at blive vurderet og føle sig utilstrækkelige. Konstruktioner af moderskabet er ofte polariserede, enten idealiserede og perfekte eller overdrevent hårde og

problematiske, og det savner dermed flere nuancer og realisme. I vores analysefund kan vi fremvise, at Julie præsenterer det idealiserede og perfekte moderskab, og omvendt præsenterer Nanna det hårde og problematiske ved moderskabet, hvor moderskabet derimellem mangler at blive repræsenteret. En influencer som Julie spiller en central rolle i at formidle diskurser om et æstetisk og materialistisk moderskab, der opstiller snævre normer for, hvordan moderskabet ser ud. Disse idealer skaber ikke blot urealistiske forventninger hos nuværende mødre, men kan også have en negativ indvirkning på kommende moderskabspraktisser.

Konklusion

I det følgende afsnit vil vi konkludere på vores analyseresultater med afsæt i vores teoretiske grundlag og analyseafsnit, for at formulere en konklusion, som vil besvare vores problemformulering;

På hvilken måde konstrueres moderskabet på Instagram og hvordan influerer det på nuværende moderskabspraksisser.

Ud for ovenstående problemformulering kan vi konkludere, at Nanna Liljekvist og Julie Elgaard på to forskellige måder konstruerer moderskabet på Instagram.

Nanna konstruerer moderskabet ved at fremstille de uperfekte og sårbare sider. Hendes konstruktion af moderskabet taler ind i alternative moderskabsdiskurser, hvor Nanna med sine budskaber forsøger at belyse moderskabets mange facetter og dermed skabe et mere nuanceret billede af det. Nanna konstruerer en kompleks og strategisk digital identitet, hvor hun gennem ærlighed, humor og aktivisme udfordrer normative forestillinger om moderskabet og forsøger at skabe et relaterbart modbillede i den digitale offentlighed. Nanna forsøger at fremstå autentisk i en medieret forstand, hvor hun skaber fællesskab og mulighed for identifikation blandt hendes følgere, som aktivt deltager i og bekræfter hendes fortællinger i kommentarsporet. Som platform fungerer Instagram som et forum, hvor alternative moderskabsdiskurser og identiteter forhandles og valideres kollektivt i samspil med hendes følgere.

Julie Elgaard konstruerer derimod moderskabet på sin Instagram profil som en visuel, æstetisk og kontrolleret livsstil, hvor reklame er nøje kurateret i sammenspil med performativ autenticitet. Her konstruerer Julie flere forskellige digitale identiteter på Instagram og de er følgende; den sårbare, den feminine gravide mor, den succesrige karrierekvind, hvor alle er kendetegnede af visuel kontrol og strategisk æstetisk design. Julies Instagram profil er et

eksempel på, hvordan digitale identiteter produceres og vedligeholdes i samspil med mediekriterierne for Instagram. Julies Instagram profil er også et eksempel på, hvordan en idealiseret version af moderskabet også kan fungere på platformen og give inspiration til nuværende mødre.

Der ses både potentialer og mulige begrænsninger for nuværende moderskabsspraksisser i måden hvorpå, at moderskabet konstrueres og forhandles på de sociale medier. Det relaterbare indhold på Instagram kan være med til at skabe et digitalt rum, hvor nuværende mødre har mulighed for at spejle sig i indholdet, hvilket kan være med til at styrke en fællesskabsfølelse blandt nuværende mødre, nuancere moderskabsforståelsen og normalisere tabubelagte emner.

Samtidig kan der opstå mulige begrænsninger af moderskabets konstruktion på de sociale medier. Dette ses i den iscenesatte og nøje kuraterede æstetiske præsentation af moderskabet, hvor autenticiteten mindskes og der skabes en afstand mellem det virkelige moderskab, og hvordan det på de digitale medier fremstilles, hvilket vi kan konkludere at Julie som influencer bidrager til. En anden mulig begrænsning kan ses i, at det digitale rum kan gå fra at være et støttende fællesskab til at være et digitalt rum for konkurrence mellem mødre, hvor de kan føle sig konstant vurderet og utilstrækkelig. En anden mulig begrænsning ses i repræsentationen af moderskabet på de sociale medier, enten fremstår det idealiseret eller overdrevet hårdt, hvilket både Julie og Nanna bidrager til. Der ses derfor et fravær af moderskabsspraksisser derimellem.

I dette speciale har vi været med til at bidrage til den nuværende forskning af moderskabet på de sociale medier, hvor vi har prøvet at udfolde emnet samt give det en mere nuanceret forskning.

Vi kan ud fra vores analyser fremvise, at Nanna og Julie konstruerer moderskabet som en del af en større performativ praksis, hvor digital identitet ikke er et udtryk for et indre selv, men snarere noget, der kontinuerligt "gøres" i relation til følgere, platform og kultur. Vi har med dette speciale fremvist, hvordan influencers konstruerer digitale selvfremstillinger, der både kan skabe nye rum for ærlighed og fællesskab og samtidig reproducere normative idealer og sociale forventninger til det moderne moderskab i en digital tidsalder.

Kritik af eget forskning

Som forskere bag dette speciale er vi bevidste om, at enhver videns produktion er kontekstafhængig og betinget af en række metodiske, teoretiske og analytiske valg, som både muliggør og begrænser de erkendelser, vi kan opnå. Det er således væsentligt at forholde sig kritisk til specialets egne forudsætninger og til de konsekvenser, vores tilgang har haft for undersøgelsens resultater og konklusioner.

For det første bygger specialet på et kvalitativt design med fokusgruppeinterviews og et afgrænset casestudie, hvilket har givet mulighed for dybdegående indsigt, men som samtidig reducerer mulighederne for generalisering. Det valgte datamateriale, både opslag og fokusgruppeinterviews, repræsenterer et specifikt udsnit af en bredere digital moderskabskultur, og skal derfor forstås som fortolkninger frem for udtømmende beskrivelser.

Vi er opmærksomme på, at vores antal af fokusgruppeinterviews kan virke begrænsende for vores datagrundlag, da vores mindre antal af fokusgrupper kan medføre, at det empiriske grundlag er relativt snævert, hvilket potentielt reducerer variationen i de perspektiver og erfaringer, der inddrages i analysen. Men vi vurderer dog stadig, at fokusgrupperne giver en nuanceret og værdifuld indsigt i de diskurser og oplevelser, som er knyttet til moderskabet på de digitale medier.

For det andet har vores teoretiske ramme med afsæt i socialkonstruktivisme, diskurspsykologi og multimodal analyse muliggjort en nuanceret forståelse af betydningsskabelse og identitet, men også medført et analytisk fokus på sprog, visuelle udtryk og repræsentationer, hvilket udelukker andre mulige perspektiver såsom økonomiske, teknologiske eller neuropsykologiske vinkler.

Endelig er vi opmærksomme på, at vores egen position som forskere herunder vores køn, alder og kulturelle baggrund kan have haft betydning for både dataindsamling og analyse. Særligt i fokusgruppeinterviews kan vores tilstedeværelse og formuleringer have influeret

deltagernes udsagn. Vi har forsøgt at imødegå dette gennem reflektiv metodebevidsthed og transparens, men vi anerkender, at fuld neutralitet ikke er mulig.

Gennem denne kritiske refleksion ønsker vi at tydeliggøre, at vores undersøgelse ikke repræsenterer en objektiv sandhed om moderskab på Instagram, men er et kvalificeret, meningsskabende blik på et komplekst og dynamisk fænomen i samtidens digitale kultur.

Litteraturliste

Abetz, J & Moore, J. (2018) “Welcome to the Mommy Wars, Ladies’: Making Sense of the Ideology of Combative Mothering in Mommy Blogs.” *Communication, Culture & Critique*, vol. 11, no. 2, pp. 265–81. <https://doi.org/10.1093/ccc/tcy008>.

Agnihotri, D, et al. (2023). “Investigating the Impact of Authenticity of Social Media Influencers on Followers’ Purchase Behavior: Mediating Analysis of Parasocial Interaction on Instagram.” *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, vol. 35, no. 10, pp. 2377–2394. <https://doi.org/10.1108/APJML-07-2022-0598>.

Alvesson, M. (2003). “Beyond neopositivists, romantics, and localists: A reflexive approach to interviews in organizational research”. I M. Alvesson, *Academy of Management Review*, 28(1). S. 13-33. <https://www-jstor-org.zorac.aub.aau.dk/stable/30040687?sid=primo&origin=crossref>

Archer, C. (2019). “How Influencer ‘mumpreneur’ Bloggers and ‘Everyday’ Mums Frame Presenting Their Children Online.” *Media International Australia Incorporating Culture & Policy*, vol. 170, no. 1, pp. 47–56. <https://doi.org/10.1177/1329878X19828365>.

Beuckels, E & De Jans, S. (2022). “‘My Mom Got Influenced by Yours’: The Persuasiveness of Mom Influencers in Relation to Mothers’ Food Assessments and Decisions.” *Appetite*, vol. 178, pp. 106269–106269, <https://doi.org/10.1016/j.appet.2022.106269>.

Braun, V & Clarke, V (2006). “Using Thematic Analysis in Psychology.” *Qualitative Research in Psychology*, vol. 3, no. 2, pp. 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.

Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (red.) (2015). “Kvalitative metoder, tilgange og perspektiver: En introduktion.” I S. Brinkmann & L.Tanggaard (Red.), *Kvalitative metoder: En grundbog* (2. udgave). Hans Reitzel Forlag.

Bryman, A. (2012). “Focus groups, Self-completion questionnaires, The nature of qualitative research” i *Social Research Methods*. (4. udg.). Oxford University Press. S. 377-611.

Campbell, C & Rapp Farrell, J. (2020). “More than Meets the Eye: The Functional Components Underlying Influencer Marketing.” *Business Horizons*, vol. 63, no. 4, pp. 469–497, <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.03.003>.

- Collin, F., et al. (2014). *"Indledning, Socialkonstruktivisme i humaniora"*. I Finn Collin og Simo Køppe (Red.), *Humanistisk Videnskabsteori*. (Kapitel 1 + 11). Lindhardt og Ringhof. S. 419-456.
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). *"Undertaking A Literature Review: A Step-By-Step Approach"*. British Journal of Nursing. London: MA Healthcare.
- Dewi Riyanti, E & Tri Astuti, W (2024). *"adaywithMamaJen: An Analysis of Visual Self-Representation of Motherhood on Instagram."* Mediator (Bandung), vol. 17, no. 1, pp. 59–72.
<https://doi.org/10.29313/mediator.v17i1.2456>.
- Enli, G., (2015). *"Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality"*. S. 1- 157. Peter Lang Publishing.
- Flyvbjerg, B. (2006). *"Five Misunderstandings About Case-Study Research."* Qualitative Inquiry, vol. 12, no. 2, pp. 219–245, <https://doi.org/10.1177/1077800405284363>.
- Gawrońska, M., & Sikorska, M. (2023). *"Snapshots of Family: Family Representations and Practices of Mothering Displayed by Instamothers"*. Sociological Research Online, 29(3), 612-631.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/13607804231195550>
- Goffman, E. (2004). *"Social samhandling og mikrosociologi : en tekstsamling"*. Reitzel.
- Goffman, E., (1959). *"The Presentation Of Self In Everyday Life"*. (2). Edinburgh: Edinburgh University Social Sciences Research Centre.
- Güzel, E. (2023). *"Beautiful, Sexy, and Happy Celebrities: Perfect Mothers or Instamoms."* Journal of International Women's Studies, vol. 25, no. 3, pp. COV1-14.
<https://www.proquest.com/docview/2819696510?accountid=8144&pq-origsite=primo&sourcetype=Scholarly%20Journals>
- Halkier, B. (2016). *"Fokusgrupper"*. Samfundslitteratur. 3 udgave.
- Holiday, S., et al. (2021). *"Influencer Marketing Between Mothers: The Impact of Disclosure and Visual Brand Promotion."* Journal of Current Issues and Research in Advertising, vol. 42, no. 3, pp. 236–257, <https://doi.org/10.1080/10641734.2020.1782790>.
- Jantzen, C. (2019). *"Intet nyt under solen"*. Akademisk kvarter, nr. 19, <https://doi.org/10.5278/ojs.academicquarter.vi19.4429>.
- Jørgensen, M. W. & Phillips, L. (1999). I M. W. Jørgensen & L. Phillips (Red.), *Diskurspsykologi i Diskursanalyse som teori og metode*. (1. udgave). Roskilde Universitetsforlag. S. 7-161.

Kim, D.Y. & Kim, H.Y. (2021) *"Trust Me, Trust Me Not: A Nuanced View of Influencer Marketing on Social Media."* Journal of Business Research, vol. 134, pp. 223–232, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.05.024>.

Kirkpatrick, C & Lee, S. (2022). *"Comparisons to picture-perfect motherhood: How Instagram's idealized portrayals of motherhood affect new mothers' well-being"*. Computers in human behavior, 2022-12, Vol.137, p.107417, Article 107417. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107417>.

Knauf, H & Schramme, A. (2023). *"#mamanblogeuse and #mamablogger_de. A cross-country comparison on the concept of mothers and motherhood on Instagram"*. Popular Communication, 21:3-4, p. 232-246. <https://doi.org/10.1080/15405702.2023.2280683>.

Kozinets, R. V. (2019). *"Netnography: The essential guide to qualitative social media research"* (2nd ed.). SAGE Publications. S. 79-140.

Kreling, R, et al. (2022). *"Feeling Authentic on Social Media: Subjective Authenticity Across Instagram Stories and Posts."* Social Media + Society, vol. 8, no. 1. <https://doi.org/10.1177/20563051221086235>.

Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). *"Reading Images: The Grammar of Visual Design"*. London: Routledge. 2 Udgave. S. 1-214.

Kress, G. & van Leeuwen, T. (2021). *"Modality and validity: designing models of reality."* I G. Kress & T. van Leeuwen, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. London: Routledge. 3 Udgave. S. 149-178.

Larsen, M.C. (2018) *"Internetetnografi"*. I: Jakobson, M.H. & Jensen, H.L. *Etnografier*. 1.udgaver. (s. 203-231). Hans Reitzels forlag.

Leaver, T., Highfield, T. & Abidin, C. (2020). *"Instagram: Visual Social Media Cultures."* Polity Press. <https://www-degruyterbrill-com.zorac.aub.aau.dk/document/doi/10.1515/commun-2020-0029/html>

Manovich, L, et al. (2020). *"The Aesthetic Society: Or How I Edit My Instagram 1."* Data Publics, 1st ed., Routledge, pp. 192–212, <https://doi.org/10.4324/9780429196515-13>.

Maares, P, et al. (2021). *"The Labour of Visual Authenticity on Social Media: Exploring Producers' and Audiences' Perceptions on Instagram."* Poetics (Amsterdam), vol. 84, pp. 101502-, <https://doi.org/10.1016/j.poetic.2020.101502>.

Miller, V. (2020). "Digital Identity" i "Understanding Digital Culture". S. 201-228. SAGE Publications Ltd. 2 Edition.

Ouvrein, G. (2022). "Mommy Influencers: Helpful or Harmful? The Relationship between Exposure to Mommy Influencers and Perceived Parental Self-Efficacy among Mothers and Primigravida." *New Media & Society*, vol. 26, no. 4, pp. 2295–314. <https://doi.org/10.1177/14614448221086296>.

Rapley, T. (2007). "Generation an archive. I T. Rapley (Red.), *Doing Conversation, Discourse and Document Analysis*". (1. udg.). SAGE Publications Ltd. S. 8.

Riber, J. C., Hansen, O. E. & Simonsen, T. M (2017). "De filmiske virkemidler". I J.C. Riber, O.E. Hansen & T.M. Simonsen, i *Medieproduktion - Kommunikation med levende billeder*. Samfundslitteratur. S. 70-72 & 90-96.

Schlosser, A. E. (2020). "Self-Disclosure versus Self-Presentation on Social Media." *Current Opinion in Psychology*, vol. 31, pp. 1–6, <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.025>.

Snyder, H. (2019). "Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines." *Journal of Business Research*, vol. 104, pp. 333–339, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.

Stigel, J. (2008). "Humor i dansk tv-reklame. Et middel på tværs af livsstil?" i *MedieKultur*, Vol. 24. [https://kdbk-aub.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_crossref_citationtrail_10_7146_mediekultur_v24i45_507&context=PC&vid=45KBDK_AUB:AUB&lang=da&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=any,contains,Stigel,%20J.%20\(2008\).%20Humor%20i%20dansk%20tv-reklame.%20Et%20middel%20p%C3%A5%20tv%C3%A6rs%20af%20livsstil%3F%20i%20MedieKultur,%20Vol.%2024.&offset=0&searchInFulltext=false](https://kdbk-aub.primo.exlibrisgroup.com/discovery/fulldisplay?docid=cdi_crossref_citationtrail_10_7146_mediekultur_v24i45_507&context=PC&vid=45KBDK_AUB:AUB&lang=da&search_scope=MyInst_and_CI&adaptor=Primo%20Central&tab=Everything&query=any,contains,Stigel,%20J.%20(2008).%20Humor%20i%20dansk%20tv-reklame.%20Et%20middel%20p%C3%A5%20tv%C3%A6rs%20af%20livsstil%3F%20i%20MedieKultur,%20Vol.%2024.&offset=0&searchInFulltext=false)

Zillich, A. F & Riesmeyer, C. (2021). "Be Yourself: The Relative Importance of Personal and Social Norms for Adolescents' Self-Presentation on Instagram." *Social Media + Society*, vol. 7, no. 3. <https://doi.org/10.1177/20563051211033810>.

Wegener, C., Jage-D'Aprile, F & Plumeier, L. (2023). "Motherhood in social media: phenomena and consequences of the professionalization of mothers and their media (self-)representation". *Feminist media studies*, 2023-10, Vol.23 (7), p.3222-3238. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2108479>.

Elektroniske kilder:

[Agentzoocph](#) (2024). *Kropspositivitet i fokus: Fejring af kvindekroppen i kunst og medier*. Tilgået d. 14/5 - 2025 på: <https://agentzoocph.dk/kropspositivitet-i-fokus-fejring-af-kvindekroppen-i-kunst-og-medier/>

Bauerfeind & Snebjerg. (2024). *28 - årig delte video om at være mor, men det var hendes bryster, folk kommenterede på*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på: <https://nyheder.tv2.dk/samfund/2024-07-08-28-aarig-delte-video-om-at-vaere-mor-men-det-var-hendes-bryster-folk-kommenterede-paa>

Buhl, L. (2021) *Ny ung mor flytter fra kæresten*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på: <https://www.alt.dk/reality/ny-ung-mor-flytter-fra-kaeresten/387096>

Dahl, (2023). *21 seje, danske kvinder, vi følger på Instagram, som skal være mødre i 2023*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på: <https://woman.dk/familie/gravid/danske-kvinder-som-skal-vaere-moedre-i-2023>

DR Medieudviklingen (2023). *Danskernes brug af sociale medier*. <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-medieforskning/medieudviklingen>. Tilgået d. 15. april 2025.

Datareportal (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Tilgået d. 15. april 2025.

Frost, S. (2023). *Her er Børns Vilkaars anbefalinger til skærmtid: - Det vil stille nogle krav til forældrene*. Tilgået d. 29/4 - 2025 på: <https://nyheder.tv2.dk/samfund/2023-09-20-her-er-boerns-vilkaars-anbefalinger-til-skaermtid-det-vil-stille-nogle-krav-til-foraeldrene>

Faktalink. (2021). *Instagram*. Tilgået d. 15. april 2025 på: <https://faktalink.dk/instagram/instagrams-historie-brugere>.

Løwe, C, I. (2024). *Mie har skiftet fra sygeplejerske til influencer: "Nu er jeg den mor, jeg gerne vil være*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på <https://woman.dk/livsstil/karriere/jeg-tjener-mere-som-mor-influencer-end-jeg-gjorde-som-sygeplejerske>

Modler, H, et al. (2024). *De er elskede og udskældte. Influencer - duo er blevet del af magtfuldt fænomen*. Tilgået d. 26/4 - 2025 på: <https://www.tv2ostjylland.dk/tv-2-kosmopol/de-er-elskede-og-udskaeldte-influencer-duo-er-blevet-del-af-magtfuldt-faenomen>

Redaktionen. (2023). *15 seje danske mødre, du skal følge på instagram, uanset om du selv har børn eller ej*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på: <https://woman.dk/livsstil/staerke-kvinder/seje-moedre-paa-instagram>

Statista (2024). *Most popular social networks worldwide as of January 2024, ranked by number of monthly active users*. Tilgået d. 15. april 2025.

<https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/>

Sundhedsstyrelsen. (2023). *Selvbillede og kropsidealer*. Tilgået d. 14/5 - 2025 på: <https://www.sst.dk/da/Fagperson/Seksuel-sundhed-seksualitet-og-koensidentitet/Seksualitet/Seksuel-trivsel/Selvbillede-og-kropsidealer>

Udforsksindet (2022). *Hvad betyder farven lyserød?* Tilgået d. 15. Marts 2025 på: <https://udforsksindet.dk/hvad-betyder-farven-lyseroed-i-psykologi/>

Vibholm. (u.å). *Vibholm x Julie Elgaard*. Tilgået d. 17/3 - 2025 på: <https://vibholm.dk/collections/vibholm-x-julie-elgaard>

Empiri:

- Julie Elgaard Instagramprofil
<https://www.instagram.com/julieelgaard/>
- Nanna Liljekvist Instagramprofil
<https://www.instagram.com/nannaliljekvist/>

Bilag – oversigt

Bilag 1 - Interviewguide

Bilag 2 - Samtykkeerklæring

Bilag 3 - Fokusgruppeinterview 1

Bilag 4 - Fokusgruppeinterview 2

Bilag 5 - Fokusgruppeinterview 3

Bilag 6 - Eksempel på tematisering

Bilag 7 - Tematisering - Nanna Liljekvist

Bilag 8 - Tematisering - Julie Elgaard

Bilag 9 - Litteratur godkendelse