

Syddansk Universitet

Det Ny Merino

#48

Institut for Sprog og Kommunikation

Kidfluencere – de nye børnestjerner

En situationel dialektisk undersøgelse af kidfluencer-fænomenet samt hvordan det opleves og påvirker børn, familier og deres dagligdag

Gitte Sørensen

Oktober 2020

ISSN: 2445 – 6764

Copyright ©

Artiklen må bruges og genbruges under Creative Commons licens BY-NC-ND, hvilket betyder, at den må gengives og spredes elektronisk eller på anden måde, hvis det sker med klar kildeangivelse og/eller med link tilbage til den pågældende gengivelse.

Redaktion: Flemming Smedegaard & Cecilie Greve Jensen

Præsentation af forfatteren



Gitte Sørensen

Cand.mag. i International Virksomhedskommunikation, Syddansk
Universitet

KIDFLUENCERE – DE NYE BØRNESTJERNER

- *En situationel dialektisk undersøgelse af kidfluencer-fænomenet samt hvordan det opleves og påvirker børn, familier og deres dagligdag*

Af Gitte Sørensen

ABSTRACT

Outside of the Danish borders an entire kidfluencer economy has been developed, where children from the ages of 0 to 13 play the role of influencers on social media. As children become more and more individual as they grow older and they grow into people who has an ability to purchase goods, the phenomenon of kidfluencere is entering the Danish marked. Therefore, this article examines what the phenomenon of kidfluencer is and how it affects children, families, and their everyday life in a Danish context.

This has been examined through a situational dialectical approach, where eleven qualitative interviews and some secondary documents have been collected and they each contribute with different perspectives on the phenomenon. The collected data has been analyzed using a situational dialectical discourse analysis that allows us to look at and analyze the data through different approaches and therefore, it contributes to obtain a better and more thorough insight into the data. Thereby, I have included analyzing tools from different approaches within social semiotics, rhetoric, dialectical linguistics, sociology and psychology. The analysis showed that there are multiple discursive directions in relation to the phenomenon depending on which perspective you examine the phenomenon from. Throughout the paper it was primary the clash of interests between 'age' and 'authority' which was dominating in relation to the relationships within the families and between the families and the kidfluencere. The parents feel compelled to assume a parent-authority relationship to the children in order to protect them from the phenomenon. On the contrary children are very interested in the phe-

nomenon and at the same time they struggle to understand their parents' opposition towards it. Furthermore, the analysis showed that through kidfluencere children experience a sense of belonging to a certain group that contribute to fulfilling their social needs. Likewise, a social collective course of action occurs in this group that contribute to affecting the children's identity. It becomes obvious in the analysis of respectively parents' and children's evaluation of the phenomenon that parents and children view the phenomenon in different ways. The result of the overall discourse analysis shows that there are seven identified discourses that are predominant from both the perspective of the parents and the perspective of the children.

INTRODUKTION

Indledning

Børns brug af medier er eksploderet de seneste år, og digitale medier er i fritiden blevet vigtige redskaber til leg, kommunikation, oplysning og underholdning for børn (Nyboe, 2014, s. 101). Derfor bliver børn også i dag benævnt som digitalt indfødte, da de helt fra spæde er opvokset med digitale medier ved hånden. Især den digitale videodelingstjeneste Youtube er i stærk fremgang i Danmark, viser DR's årlige medieforskning fra 2018. Børn har i den grad taget Youtube til sig, da 67 % af de 9-14 årige dagligt benytter sig af Youtube (Nilausen & Thaarup, 2018, s. 36). Men hvad får børnene til at orientere sig mere og mere mod den digitale videodelingstjeneste og de digitale medier generelt?

Først opstod fænomenet influencere, der i bund og grund ikke er et nyt koncept, da det længe har fungeret således, at vi som mennesker lader os inspirere af venner, familie og idoler. Det selv samme bygger fænomenet influencere på, der netop har den primære funktion at påvirke andre mennesker ved at dele ud af livshistorier og dagligdag. Influencere er især blevet populære talerør, når det kommer til marketing, hvor flere større virksomheder er begyndt at planlægge influencer marketing ind i deres strategier på lige fod med andre marketinginitiativer. Det næste skud på stammen må siges at være fænomenet kidfluencere, der i den grad også er ved at indtage en position på det danske marked (Mehlsen, 2019). Kidfluencere er de nye børnestjerner, og de har en typisk alder mellem 0-13 år. Nogle børn er sågar kidfluencere, før de bliver født (Maheshwari, 2019). Fænomenet kidfluencere fungerer primært på videodelingstjenesten Youtube, der netop også er et yderst populært medie blandt børn. I Danmark bruger 51 % af Danmarks befolkning Youtube hver uge, og det er mere end streamingtjenesterne Viaplay, Tv2-play og HBO tilsammen. Det er især de yngste danskere, der har taget Youtube til sig i deres hverdag, hvor 63 % af alle 9-14 årige benytter Youtube. Ifølge DR medieforskning er det fordi, Youtube er et enormt socialt medie, der krydser tid, rum og kontinenter (Nilausen & Thaarup, 2018, s. 36-38). Netop dette tyder på, at de digitale medier danner ramme for interessefællesskaber, og samtidig er de redskaber til leg i dag. Førhen foregik leg på anden måde og med nogle andre redskaber, men er det i bund og grund ikke de samme behov, der dækkes for børnene?

I Amerika er fænomenet kidfluencere allerede højt blussende. Flere børn har allerede gjort det til en levevej, hvor de tjener flere millioner kroner årligt. Behøver de så overhovedet gå i skole og få et

normalt arbejde? Og hvor meget indflydelse har børnene egentlig selv, når de knap nok kan tale, før de har en profil med flere tusinde følgere på de sociale medier?

Fordi fænomenet stadig er så nyt et område, og fordi det knap nok er indtrådt på det danske marked, så efterlader det enormt mange spørgsmål. På samme vis som sociale medier har stået på mål for spandevist af kritik blandt eksempelvis forældre, der mener, at det tager tid fra traditionel leg, så bliver fænomenet kidfluencere også hurtigt mødt af kritik (Mehlsen, 2019). På trods af kritikken, som fænomenet hurtigt møder blandt forældre og eksperter, så er der endnu ikke nogen reel forskning indenfor området kidfluencere i en dansk kontekst. Derudover peger manglen på videnskabelige artikler på området på, at den kritik fænomenet møder, ikke er på et velfunderet grundlag. Det er selvfølgelig vigtigt at understrege, at der allerede er forsket i fænomenet influencere samt børn og medier, hvilket jeg i løbet af denne undersøgelse drager paralleller til ved blandt andet at inddrage eksperter indenfor børneområdet samt børn og medier-området. Ydermere møder fænomenet ikke alene kritik, og derfor vurderer jeg det relevant at undersøge, hvordan fænomenet egentligt opfattes. Med udgangspunkt i disse refleksioner vurderer jeg fænomenet relevant og aktuelt at undersøge, og det munder ud i følgende problemformulering:

Hvordan opleves fænomenet kidfluencere, og hvorledes påvirker fænomenet børn, familier og deres dagligdag?

Børn i den digitale, globaliserede mediekultur

Når vi i dag bruger begrebet *børn som digitalt indfødte*, dækker det over en forståelse af, at børn og unge er eksperter, der mestrer det digitale bedre end voksne, fordi de er født ind i en digital verden. Begrebet blev oprindeligt introduceret af Mark Prensky allerede i 2001, og det dækker over generationerne født efter 1980 (Prensky, 2001). Derefter er begrebet blandt andet kritiseret af Lotte Nyboe (2009), der ikke mener, at det nødvendigvis er alle børn, der kan opfattes som digitale superbrugere, fordi børn ikke er ens, og dermed har nogle børn sværere ved det end andre (Nyboe, 2009).

I dag er medierne en integreret del af børnenes hverdag, og der findes ikke et inden for eller et uden for medierne. Det er bare noget, der er der, som kan bruges hvor som helst og når som helst (Johansen, 2014). Ligeledes er medierne integreret i børns leg ved, at der ikke skelnes mellem teknologier, medier og leg. Det er en del af børnenes sociale og kulturelle processer, og dermed bliver medierne et legeredskab på lige fod med analoge legeredskaber. På den måde er det legen, der er afgørende

for, hvilket redskab der inddrages i konteksten (Johansen, 2014). I takt med at børns medieforbrug er stigende, digitaliseres børneværelset ligeledes. Langt de fleste børn har adgang til enten en Ipad eller Smartphone i dag, og ifølge DR's medieforskning brugte de 7-14 årige i 2016 minimum tre timer dagligt foran skærmen (Christensen, 2016). Det er dog ikke de traditionelle tv-formater, børnene ser på skærmen. Det er derimod især Youtube som indholdsleverandør, der tager børnenes opmærksomhed og opfylder deres behov. Herunder er det især Youtubere der fanger de 7-14 åriges opmærksomhed, hvorfor hele kidfluencer-fænomenet kommer til sin ret.

Kidfluencers indtræden på det danske marked

Influencere og influencer marketing er begreber, der de sidste par år har fået fodfæste både i Danmark og i hele verden. En influencer er ikke et nyt fænomen, det har blot fået nye egenskaber, og både store som små virksomheder har fundet glæde ved at prioritere det i deres marketingstrategier. Mennesker er altid blevet påvirket af venner og familie eller andre idoler. Dog tog influencer-konceptet først rigtig fart, da de sociale medier kom til, og det var især da Instagram i 2010 blev lanceret, at flere og flere fik øjnene op for konceptet. Helt grundlæggende betyder det, at virksomheder rekrutterer influencere til at markedsføre deres produkter via deres kanaler på de sociale medier, hvor de typisk har en større mængde trofaste følgere, de netop kan påvirke til køb (Aaron, 2019). I dag er influencere og influencer marketing en integreret del i flere virksomheder og menneskers hverdag. Det samme gør sig gældende med kidfluencere i Amerika, hvor børn, allerede inden de er født, har profiler på sociale medier med flere tusinde følgere (Maheshwari, 2019). Det er allerede et enormt populært fænomen i blandt andet Amerika, hvor eksempelvis den unge Ryan på 7 år i 2018 tjente 22 millioner dollars på at være kidfluencer. Børnestjerner er ikke et nyt fænomen, forskellen på børnestjerner og kidfluencere ligger i relationen. Børn ser ikke kidfluencere som kendte personer, men derimod ser de dem mere som deres venner (Alston, 2019). Fænomenet er godt på vej ind på det danske marked, hvor Naja Münster er Danmarks største kidfluencer med over 200.000 abonnenter på Youtube (Mehlsen, 2019). Det er derfor stadig et forholdsvis nyt fænomen indenfor Danmarks grænser, og derfor et nyt undersøgelsesfelt, der endnu er videnskabeligt uberørt.

EN SITUATIONEL DIALEKTISK DATAINDSAMLING

Situationel Dialektisk Videnskabsteori

Artiklens videnskabsteoretiske ståsted er funderet i en relativ ny videnskabsteoretisk tilgang: *Situationel Dialektisk Videnskabsteori* (SDV). Den er situationel, fordi antagelserne ikke er statiske, men at

alle de overvejelser og valg, der tages undervejs under hver antagelse, er afhængig af situationen. Dialektisk understreger, at de antagelser, der tages undervejs, opererer med dialektiske modsætninger og dermed ses alle de videnskabsteoretiske valg i denne artikel som valg på et dialektisk kontinuum (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017). Derfor er SDV både epistemologisk og ontologisk situationel og dialektisk, hvilket er valgt i denne undersøgelse. Det er det, fordi SDV bygger på den multiperspektiviske og metaforiske tilgang, der gør det muligt at undersøge fænomenet kidfluencere fra forskellige perspektiver jf. Gareth Morgans måde at betragte et fænomen på. Dataindsamlingen, der består af forskellige semistrukturerede interviews samt udvalgte dokumenter, har i høj grad været styret af artiklens videnskabsteoretiske ståsted.

Rammen for SDV er følgende ni antagelser, der alle overlapper hinanden. For nærværende artikel gælder alle de følgende antagelser, dog fremstår enkelte mere relevante end andre. Dakwar, Lorentzen & Smedegaard (2017) argumenterer for, at antagelserne bør anvendes i forhold til det pågældende forskningsfelt, dets formål og hensigtsmæssighed. Derudover er de ni antagelser tilgange til, hvordan viden kan indsamles, analyseres og udvikles på en situationel og dialektisk måde.

Teori og praksis fordrer hinanden

Rammen for SDV består grundlæggende af et fundament, der er baseret på, at teori og praksis fordrer hinanden. Konkret fungerer det således, at teori forklarer, og praksis undersøger. En vigtig pointe er, at teori og praksis ikke kan adskilles, idet de begge er vidensperspektiver, der bidrager med noget forskelligt (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017, s. 4). Med inddragelse af teoretisk viden forsøger jeg i denne undersøgelse at forstå fænomenet kidfluencere og forklare de udfordringer, familierne møder i praksis. Også i dataindsamlingen afspejler denne antagelse sig, da jeg som initiator blandt andet bevæger mig dialektisk mellem teori og praksis. Det gør jeg eksempelvis ved, at jeg bevæger mig mellem interviewene i praksis og mine egne teoretiske refleksioner over interviewene og min rolle som initiator.

Del og helhed hænger sammen

Del og helhed er dialektisk, uløseligt forbundne, og de kan ikke adskilles. SDV er derfor hverken relativistisk eller universalistisk, men både og. Denne antagelse beskriver, hvordan SDV bygger på en 'både-og' tankegang frem for en 'enten-eller' tankegang (Dakwar, Lorentzen, Smedegaard, 2017, s. 9). Dette har blandt andet betydning for valget af analysemetode, hvor jeg ved SDD fokuserer på både tekst og kontekst og ikke kun det ene frem for det andet. Derudover inddrager jeg også både del og helhed i dataindsamlingen, hvor jeg ikke kun fokuserer på italesættelsen af fænomenet, men væl-

ger også at inddrage selve fænomenet. Ligeledes vil undersøgelsesmetoden interview medvirke en sondring mellem del og helhed, hvor de enkelte dialogdeltagere og deres udtalelser vil blive holdt op imod en mere helhedsorienteret anskuelse af eksempelvis det at være barn eller forældre.

Forbundne sagsforhold påvirker gensidigt hinanden

Når SDV argumenterer for, at forbundne sagsforhold gensidigt påvirker hinanden over tid, er der fokus på en bredere forståelse af verden. Hvis der er to eller flere sagsforhold, der står i indbyrdes relation til hinanden, så går påvirkningen begge veje (Dakwar, Lorentzen, Smedegaard, 2017, s. 13). Dermed er dialektisk teori cirkulær frem for lineær. I denne undersøgelses indsamling af data fokuseres der på repræsentativitet, hvor jeg eksempelvis undersøger flere deltagere i kommunikationen med og omkring fænomenet kidfluencere, der netop fungerer som forskellige sagsforhold, der påvirker hinanden gensidigt. På samme måde viste det sig i analysen, hvor forskellige tilgange og teorier gensidigt påvirker hinanden, hvilket belyses gennem de fundne diskurser.

Fortid, nutid og fremtid hænger sammen

I forlængelse af forrige antagelse om en mere processuel tilgang til kausalitet, kan der på samme måde tales om tid. For at forstå nuet, må fortid og fremtid inddrages. I dataindsamlingen arbejder jeg med udgangspunkt i netop denne temporale forståelsesramme, fordi jeg har foretaget nogle interviews, hvorefter jeg har reflekteret, ændret og foretaget flere interviews. Eksempelvis valgte jeg at interviewe de to eksperter først, således jeg kunne inddrage erfaringer herfra i de efterfølgende interviews. Derudover har tiden også haft betydning for undersøgelsens gyldighed, hvor jeg ud fra min situationelle position, kendskab og erfaringer har foretaget valg undervejs. Ydermere optræder dette også i familierne, hvor forældrene forholder sig til fortiden for at beskrive nutiden.

Her, nær og fjernhed hænger sammen

Som det er med tid, således er det også med rum og lokalitet. Når et fænomen undersøges zoomes der ind og ud, og rent situationelt vælges der perspektiv på fænomenet. Dermed undersøges fænomenet fra forskellige rumskalaer jf. SDV (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017, s. 20). Når der foretages afgrænsninger af lokalitet, er det vigtigt at være opmærksom på de begrænsninger, det medfører. I denne undersøgelse tager jeg nogle situationelle valg i blandt andet dataindsamlingen, hvor jeg i rekrutteringen af dialogdeltagere afgrænser efter geografi, køn og alder. Derudover anlægger jeg forskellige perspektiver på fænomenet, når jeg vælger også at inddrage selve fænomenet og dermed zoomer helt tæt på. På samme måde forholder det sig i analysen, hvor jeg opererer på forskelli-

ge analyseniveauer, nemlig *micro*, *macro* og *meta*, når jeg undersøger fænomenet. Det er alt sammen nogle valg, jeg har truffet på baggrund af undersøgelsens formål.

Kendsgerninger og værdier er to alen af samme stykke

Pointen i denne antagelse er, at kendsgerninger tit og ofte bygger på værdier. Når børn vokser op, lærer de fra deres forældre, hvordan de skal opføre sig, tænke, føle og opfatte verden. Her vil børn tro, at forældrenes ord er kendsgerninger, men i virkeligheden er det værdier, der er videregivet (Moltrup, 2019, s. 12). Dermed understreges det, at værdier blandt andet er dynamiske og hierarkiske størrelser. Derfor er situationen afgørende for, hvilke værdier der dominerer. Selv samme sker i denne undersøgelse, hvor forældrene evaluerer fænomenet ud fra den situation, de er i. Dermed er deres evaluering et udslag af, hvilken værdi de realiserer (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2015, s. 26).

Dialektiske modsætninger har ikke noget slutpunkt

SDV argumenterer for en fortolkning af dialektikbegrebet, hvor der ikke er noget slutmål. For hver syntese opstår der en antitese, og derfor bliver hver syntese i det uendelige ved med at åbne op for nye modsætninger. Dermed er verden ikke statisk over tid (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2015, s. 28). På samme måde lægger nærværende undersøgelse sig op af samme dialektiske teori, hvor jeg tilkendegiver en bevidsthed om, at der ikke vil være et endegyldigt resultat på undersøgelsen. I stedet vil det være et resultat af de konkrete situationelle overvejelser og valg, der har været i hele processen.

Tilfældighed og forudsigelighed eksisterer side om side

Forudsigelighed og tilfældighed anskues som fænomener side om side. Dermed er der mulighed for at træffe så hensigtsmæssige, situationelle valg som muligt. Hvis det derimod viser sig at være uhenigtsmæssigt, må man vælge om og ændre i sin plan. På samme måde er det vanskeligt at forudsige, hvad der vil ske, når mennesker mødes. Alligevel fortæller vores erfaring os, hvad der med sandsynlighed vil ske. SDV argumenterer for en tilgang, hvor vi iagttager både tilfældighed og forudsigelighed. På den måde skabes der rum for udvikling, kreativitet, spontanitet og usikkerhed (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2015, s. 32). Gennem denne undersøgelse har jeg arbejdet cirkulært og dermed konstant tilpasset mig i forhold til situationen. Det illustreres blandt andet i dataindsamlingen, hvor jeg ikke på forhånd kan forudsige, hvad interviewene bidrager med. Med fokus på fænomenet har jeg gennem undersøgelsen arbejdet situationelt og processuelt ved, at jeg løbende har tilpasset mig situationen og den data, der blandt andet kom ud af mødet med børn og forældre. Dermed vurde-

rer jeg, at det er vigtigt at erkende, at forudsigelighed og tilfældighed eksisterer side om side i denne undersøgelse.

Situationel dialektisk videnskabsteori er multiperspektivisk

Den multiperspektivistiske tilgang har især fokus på at bringe teorier sammen ved, at de enkelte teorier forbliver selvstændige i deres brug samtidigt med, at de samarbejder om at belyse fænomenet fra flere forskellige vinkler. Derfor vil SDV ikke give noget enkelt perspektiv patent på sandheden, men forskellige tilgange kan med større eller mindre nytte i det enkelte tilfælde bidrage med interessante perspektiver på fænomenet (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017, s. 37).

SDV giver mig mulighed for at inddrage netop de metoder, der er relevant for undersøgelsen samt belyse problemstillingen fra flere relevante perspektiver. Dog er jeg bekendt med, at der altid vil forekomme perspektiver, man ikke får øje på jf. Gareth Morgans måde at betragte et fænomen på. Ved at betragte et fænomen fra et perspektiv, vil der nemlig altid være et andet perspektiv, der ikke vil blive betragtet (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017).

Undersøgelsens deltagere

Med en situationelt dialektisk tankegang er det vigtigt ikke at tænke kommunikation som noget lineært. Ydermere skal kommunikationens deltagere tænkes som kunne være alle mulige, men i forbindelse med en bestemt sag vil kommunikationsdeltagerne være defineret ved bestemte roller (Smedegaard, 2019, s. 7). Med inspiration fra Stacey og hensigternes vekselvirkning, vil de forskellige deltagere i den pågældende kommunikation have individuelle hensigter, mål, budskaber og formål (Stacey 2011, Solsø og Thorup 2015). Derfor vil mødet mellem deltagere betegnes som hensigternes vekselvirkning, fordi resultatet vil være relativt uforudsigeligt grundet de mange forskellige hensigter jf. SDV's antagelse 8 om, *at tilfældighed og uforudsigelighed eksisterer side om side*. Det samme har gjort sig gældende i indsamlingen af data, hvor jeg som initiator havde et formål med interviewene. På samme måde havde de forskellige dialogdeltagere nogle hensigter med at medvirke i interviewet. Derfor kunne resultatet af dataindsamlingen ikke forudses. Dog kan man med en interviewguide forsøge at styre deltagere i den retning, der ønskes, men det vil aldrig kunne forudsige, hvilket resultat kommunikationen bidrager med.

Når der i denne undersøgelse er truffet et valg om, hvilke deltagere der skal inddrages, er det også et fravalg af andre deltagere. Når jeg vælger at bibeholde begrebet undersøgelse frem for kommunika-

tionsarena, er det fordi, jeg vurderer denne artikel mere som en undersøgelse af et givet fænomen end en kommunikationsplanlægning. Alligevel er der nogle synonymer til en kommunikationsarena, hvorfor jeg i indeværende artikel vælger at benævne deltagerne overordnet som dialogdeltagere. Når der i artiklen henvises til de forskellige dialogdeltagere, vil følgende benævnelser være benyttet:

Initiator, der har truffet beslutningen om at foretage denne undersøgelse og dermed taget initiativ til alt fra start til slut. Derfor har jeg som initiator også nogle bestemte mål og hensigter med undersøgelsen, der er formuleret i problemformuleringen til denne undersøgelse. Derudover har min rolle i undersøgelsen været styret af undersøgelsens situationelle dialektiske grundlag, hvor jeg eksempelvis har indtaget forskellige roller i de indsamlede interviews afhængig af dialogdeltageren.

Børn, der inddrages som dialogdeltagere i de indsamlede interviews. Jeg har inviteret børnene til at deltage i undersøgelsen, fordi de har en stor relation til fænomenet. De er de typiske brugere af fænomenet.

Forældre, der også inddrages som dialogdeltagere i de indsamlede interviews. Fordi børnene ofte er præget af deres forældres holdninger, rammer og regler. Derudover er forældrene vigtige deltagere, fordi de indgår i børnenes hverdag og relation med fænomenet.

Ekspert, der inddrages som dialogdeltagere i de indsamlede interviews med det formål at bidrage med nogle konstruktive vurderinger af fænomenet. Derudover giver eksperterne indblik i fænomenet fra et perspektiv, der ikke har en direkte relation til fænomenet.

Kidfluencere, der udgør selve fænomenet. De er som deltagere i undersøgelsen det primære omdrejningspunkt, og derfor vurderer jeg det også vigtigt at inddrage dem i sig selv jf. blandt andet SDV's antagelse 2 om *del og helhed*.

Når jeg vælger at benævne deltagerne i denne undersøgelse som dialogdeltagere og ikke informanter eller respondenter, er det fordi, jeg foretager undersøgelsen fra et situationelt dialektisk grundlag. Derfor vurderer jeg det hensigtsmæssigt også at adoptere Smedegaards (2019) deltagerbegreber, der bygger på en situationel dialektisk tankegang og ligeledes er et udtryk for SDV's antagelse 1 om, *at teori og praksis fordrer hinanden*.

Dataindsamlingen har i høj grad været styret af undersøgelsens videnskabsteoretiske grundlag. Data er blevet indsamlet af flere omgange, fordi de forskellige typer af data jf. SDV kan belyse fænomenet på forskellig vis. Derudover har undersøgelsen søgt at opnå en vis repræsentativitet i forhold til dialogdeltagernes alder, rolle og relationer til fænomenet.

Semistrukturerede interviews

Primært beskæftiger artiklen sig med det kvalitative interview, fordi det giver mulighed for at stille dialogdeltagerne nogle mere dybdegående spørgsmål og dermed opnå større indsigt i, hvordan de hver især forstår fænomenet kidfluencere. Konkret er der lavet elleve interviews, der er fordelt i forskellige grupper af dialogdeltagere; børn, forældre og eksperter. På den måde bidrager de med forskellige perspektiver på fænomenet jf. SDV's antagelse 9 om, at *undersøgelsens videnskabsteoretiske ståsted er multiperspektivisk*. Dialogdeltagerne er derfor målrettet udvalgt for at få så mange aktører med relation til emnet i denne undersøgelse i spil.

Selvom repræsentativiteten overordnet dominerede undersøgelsen, blev der i de forskellige grupper tilstræbt mere homogenitet. Dette illustreres tydeligt i gruppen med børn, der med formålet om at beskrive en specifik og afgrænset målgruppe, som kidfluencere henvender sig til, opnår en større ensartethed. Derfor blev der opstillet et par kriterier i form af alder og køn. Når valget lå på piger i alderen 8-13 år, var det blandt andet med udgangspunkt i undersøgelser af kønsforskelle i børns medieforbrug, der viste, at piger er mere materielt orienterede end drenge, samt at piger i højere grad henter inspiration i og bliver påvirket af de mediebilleder, de møder (Tuftte, 2007).

På samme vis har artiklen forsøgt at opnå så trygge rammer som muligt for interviewene ved at tage udgangspunkt i SDV's antagelse 3, om at *her, nær og fjerhed hænger sammen*. Lokaltet og familiernes arenaer er situationelle valg, der er foretaget ved at zoome ind og ud og dermed vælge perspektiv og lokalitet i forhold til undersøgelsens formål.

Dokumenter

Fordi der i denne artikel arbejdes ud fra en multiperspektivisk tilgang, er det vigtigt både at se fænomenet fra forskellige perspektiver, men det er også vigtigt at se på selve fænomenet. Med de indsamlede interviews ses der kun på fænomenet fra et modtagerperspektiv, hvorfor der inddrages noget sekundær data i form af indsamlede dokumenter for at forstå selve fænomenet ved at inddrage det i sin helhed selv jf. SDV's antagelse 2 om *del og helhed*.

Som i den multimodale socialesemiotik, så anskuer denne artikel også tekst som værende visuel kommunikation (Jewitt 2014, Kress 2010, Kress og van Leeuwen 2001, 2010). Derfor er der udvalgt to videoer, der analyseres som dokumenter. De referencer, der binder de to dokumenter sammen, og som er anvendt i udvælgelsen af datamateriale til dokumentanalysen, er forbundet med dialogdelta-gere, medie, kendskab og emne. De to udvalgte dokumenter er endeligt udvalgt efter, at der var indhentet data fra interviewene. Det viste sig, at der var et generelt kendskab til Naja Münster, der også er Danmarks største kidfluencer (Nagy, 2019), hvorfor hun er central for feltet. Derudover inddrages kidfluencer Viola Agnete Lilje Glob, der er mindre kendt, men stadig har en central rolle inden for feltet i Danmark. Overordnet vurderes der i undersøgelsen, at kvaliteten af dokumenterne er høj, da de er meget repræsentative for fænomenet kidfluencere.

Situationel dialektisk diskursanalyse

I harmoni med undersøgelsens videnskabsteoretiske ståsted, Situationel dialektisk videnskabsteori, anvender jeg den Situationelle dialektiske diskursanalyse (SDD) til at analysere den indsamlede empiri. SDD giver mulighed for at analysere de aspekter i empirien, der er mest relevant. Derudover er SDD multiperspektivisk, hvilket vil sige, at der kan benyttes flere forskellige teoretiske perspektiver, som hver især kan bidrage med nye indsigter i den empiri, der analyseres. Jeg ser derfor denne analysemetode som velvalgt, da man med et multiperspektivisk 'både- og' frem for et singleperspektivisk 'enten - eller', kan bidrage med nye indsigter til undersøgelsen af fænomenet kidfluencere (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 2). Dog er det vigtigt at have in mente, at ethvert teoretisk perspektiv, udover at skabe en værdifuld indsigt, er ufuldstændig og kan være vildledende (Morgan, 2006, s. 6).

Det er i SDD situations- og formålsbestemt, hvilke metoder og teorier der skal bruges i den enkelte situation, hvor hovedvægten skal lægges, og med hvilken detaljeringsgrad analysen skal gennemføres. De forskellige teoretiske perspektiver lægger nemlig op til at undersøge noget forskelligt i det fænomen, der undersøges (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 4). Ved at anvende SDD skaber jeg indblik i, hvordan forskellige aktører i kommunikationen skaber og reproducerer strukturer, kulturer, magtforhold og så videre (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 4). Derudover er tilgangen i SDD også multimodal, hvilket betyder, at kommunikation opfattes og tolkes som en enhed, og derfor kan alle modaliteter i en analyse inddrages (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 4).

Jeg benytter mig af diskursanalysen i denne undersøgelse, da der her er et tydeligere fokus på interaktionen mellem mennesker. Diskurs er derudover med til at understrege, at kommunikation altid finder sted i en social og kulturel kontekst forbundet i tid. De sproglige mønstre ses som både skabt af og som skabere af social orden. Desuden har diskursanalysen en inter-, tvær- og transdisciplinær tilgang, hvor det gør det muligt at inddrage andet end sprog- og kommunikationsteorier (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 3-4), hvilket afspejler sig i undersøgelsens multiperspektiviske tilgang.

Med udgangspunkt i denne undersøgelse, hvor jeg undersøger fænomenet kidfluencere med det formål at belyse selve fænomenet samt undersøge, hvilken påvirkning det har på børn, familier og deres dagligdag, har jeg udvalgt de teorier, jeg vurderer, er mest nyttige til analysedelen. En af hovedantagelserne i SDD er nemlig, at valget af analyseredskaber må være situations- og formålsbestemt (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 4). Analyseværktøjerne er derfor valgt med afsæt i denne tanke og i en bevægelse mellem dataindsamling, teori og metode jf. SDV's antagelse 1 om, *at teori og praksis fordrer hinanden*. SDD gør det desuden muligt at arbejde med forskellige teorier og metoder på deres præmisser grundet den multiperspektiviske tilgang jf. SDV's antagelse 9 om det multiperspektiviske i SDV. Derfor vil jeg i det efterfølgende præsentere de udvalgte teorier samt gøre rede for, hvordan de hver især vil bidrage med et nyttigt perspektiv til undersøgelsen.

Analysen tager udgangspunkt i den Situationelle Dialektiske Flowmodel, der er inspireret af tre elementer fra Faircloughs kritiske diskursanalyse: *Tekst, diskurs og kontekst*. Dog er modellen anderledes end Faircloughs oprindelige opdeling, da jeg med udgangspunkt i denne Flowmodel ikke betragter de tre elementer som adskilte (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 47). Det betyder, at analysen i denne artikel ikke er struktureret efter de tre elementer. Derimod har jeg valgt at anvende det eksperientielle netværk (Andersen & Holsting, 2015, s. 317ff) til at skabe en struktur over analysen samt organisere den indsamlede empiri. Derfor er analysen struktureret ud fra organiserede systemer, hvorunder jeg arbejder dialektisk mellem *tekst, diskurs og kontekst* ved at inddrage analyseværktøjer valgt ud fra en situationel vurdering i forhold til analysens formål.

Analyseværktøjer

Med en diskursanalytisk ramme, der tager udgangspunkt i undersøgelsens situationelle dialektiske tilgang, vil jeg i analysen anvende analyseværktøjer fra dialektisk lingvistik, socialesemiotikken, reto-

rikken, sociologien og psykologien. Alle værktøjer er udvalgt i forhold til undersøgelsens formål, der ønsker at belyse fænomenet kidfluencere i en dansk kontekst samt dets påvirkning på børn og familielivet i dag. Ved både at anvende forskellige analyseværktøjer, der bidrager på et tekst-, diskurs- og kontekstniveau arbejder jeg i analysen med afsæt i den situationelle dialektiske flowmodel (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 6). Da jeg jf. undersøgelsens ståsted vurderer de tre niveauer som en dialektisk forbundet helhed jf. SDV's antagelse 2 om, at *del og helhed hænger sammen*, er analysen ligeledes ikke inddelt i niveauer, men snarere i systemer, der hver især skaber betydning.

Fra dialektisk lingvistik

Ud fra dialektisk lingvistik vil analysen tage udgangspunkt i Bang & Døørs (2007) kernemodsætningsmodel med henblik på en videre analyse af, hvordan fænomenet italesættes fra de forskellige perspektiver. Derudover ønsker jeg med kernemodsætningsmodellen at forstå, hvordan relationerne mellem dialogdeltagerne italesættes. Modellen tager udgangspunkt i ni modsætningsforhold, der alle eksisterer i kraft af sin modsætning. De ni kernemodsætninger har alle indflydelse på, hvordan dialogdeltagerne indtager forskellige positioner i dialogen afhængig af situationen. Hvordan de konstitueres i den givne dialog, udspringer af dialogdeltageres forudgående erfaringer, som Bang & Døør (2007) inddeler i tre logikker; *ideologikker*, *sociologikker* samt *biologikker* (Lindø, 2002, s. 95). Da modellen blandt andet inddrages med henblik på at analysere, hvordan relationerne italesættes dialogdeltagerne imellem, vil jeg udelukkende anvende kernemodsætninger *alder* og *autoritet* i analysen, selvom alle kernemodsætninger forstås som indbyrdes afhængige (Bang & Døør, 2007, s. 25).

Med en situationel dialektisk både-og tankegang vil kernemodsætningsmodellen være kritiseret, da den netop bygger på modsætningsforhold og dermed en enten-eller tankegang (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 28). Derfor foreslår Dakwar, Lorentzen & Smedegaard (2018), at man i stedet opstiller modsætningerne på et kontinuum. Dog vil jeg i analysen anvende Bang & Døørs (2007) originale kernemodsætningsmodel, fordi dialogdeltagerne i empirien italesætter eksempelvis alder som et modsætningsforhold, og dermed vurderer jeg, at den originale model passer bedst til analysens formål.

I forlængelse af kernemodsætningsmodellen vil jeg ligeledes se nærmere på de forskellige subjekter, der indgår i dialogerne. Specielt det tredje subjekt, som ifølge Bang & Døør (2007) indgår i alle dialoger. Det tredje subjekt kan både være en person, ting eller instans, der indgår i dialogen som enten medsamtalende eller begrænsende. Det åbner op for en indsigt i, hvem eller hvad, der er enten med-

samtalende eller begrænsende i dialogen, og hvilken betydning det har for det sagte (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 29).

Bang & Døørs (2007) deiksis inddrages i analysen med henblik på, hvordan dialogdeltagerne positionerer sig i dialogen, samt hvordan de forholder sig til hinanden og til fænomenet kidfluencere. Bang & Døør (2007) opererer med flere deiksisbegreber, men jeg vil i analysen udelukkende inddrage persondeiksis. Det indikerer, hvem der taler, hvem der tales til, og hvem og hvad der tales om. Her opereres der på ordniveau, hvor jeg kigger på pronominer, adjektiver, substantiver, der gør det muligt at se på, hvordan dialogdeltagerne positionerer sig selv samt italesætter fænomenet kidfluencere. Derudover muliggør en persondeiksisanalyse, at jeg kan belyse sociale relationer og magtforhold mellem deltagerne i kommunikationen. Altså bidrager analysen til forståelse af de personlige organiseringer og relationer (Lindø, 2002, s. 117). Udover at anvende analyseværktøjet på de indsamlede interviews, så vil en analyse af udpluk fra de to indhentede dokumenter i form af videoer også inddrages. Dette med henblik på at belyse, hvordan kidfluencere positionerer sig selv i deres videoer.

Jeg vurderer også, at det ville være relevant at kigge på modalitet, hvilket kunne gøres via logos- og modalitetsdeiksis, der ville fungere som relevante analyseværktøjer. Dog afspejler det sig i den interpersonelle metafunktion fra systemisk funktionel lingvistik, som jeg vil inddrage fra Socialsemiotikken. Derfor har jeg valgt at fravælge modalitetsdeiksis og derimod valgt at inddrage analyseværktøjer fra socialsemiotikken, der netop kan belyse, hvordan relationen repræsenteres i dialogerne. Dermed afspejler undersøgelsens arbejdsmetode sig igen i den multiperspektiviske tilgang jf. SDV om *det multiperspektivistiske*, hvor jeg med inddragelse af flere forskellige tilgange kan nå en dybere forståelse for fænomenet (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 1).

Fra socialsemiotikken

Fra socialsemiotikken inddrages analyseværktøjer fra den systemisk funktionelle tilgang, der har en ambition om at være holistisk, og den bygger på fire grundlæggende antagelser til sprogbrugen: *funktionel*, *semantisk*, *kontekstuel* og *semiotisk* (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 20). Systemisk funktionel lingvistik (SFL) bygger nærmere på fire metafunktioner, der hver især kan bidrage til analysen. Det er den tekstuelle metafunktion, den interpersonelle metafunktion, den logiske metafunktion og den eksperientielle metafunktion. Til den forestående analyse er der udvalgt analyseværktøjer fra den interpersonelle- og den eksperientielle metafunktion, hvorfor jeg udelukkende vil beskrive disse nærmere i det nærværende afsnit.

Fra den interpersonelle metafunktion vil især *modalitet* anvendes med det formål at betragte, hvilken relation der repræsenteres i teksten indbyrdes samt i forhold til fænomenet kidfluencere. Ved at kigge på empirien fra et interpersonelt perspektiv, betragter man den måde, dialogdelagerne positionerer sig i forhold til hinanden og i forhold til fænomenet, hvilket netop betegnes som ståsted (Andersen & Holsting, 2015, s. 52). Modalitet er en sproglig ressource, der grundlæggende handler om, hvilke grader af sikkerhed, forpligtelser og lignende, som teksten udtrykker (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 23). Og med en analyse heraf, vil det kunne bidrage til en forståelse af, hvilke nuancer der er med til at skabe betydning i de relationer, der er.

Ydermere anvender jeg endnu en interpersonel ressource i form af evaluering. Formålet med en evalueringsanalyse er at undersøge, hvordan dialogdeltagerne evaluerer fænomenet kidfluencere fra de forskellige perspektiver. Konkret gøres dette blandt andet med inspiration fra Andersen & Smedegaards (2005) evalueringsanalyse. Ifølge Andersen & Smedegaard (2005) handler evaluering om, hvordan deltagerne farver deres budskab gennem påskønnelse, affekt, bedømmelse, forstærkninger med videre. Supplerende vil jeg anvende værktøjer fra Retorikken til at vise, hvordan både dialogdeltagerne og kidfluencere strategisk bruger bestemte vendinger til at overbevise dialogparterne om sit budskab.

Fra den eksperientielle metafunktion anvender jeg *det eksperientielle netværk* som analyseredskab. Det kan være med til at beskrive, hvad teksterne handler om samt finde de mønstre og sammenhænge, der er i teksterne (Andersen & Holsting, 2015, s. 317ff). Det eksperientielle netværk skal i analysen primært fungere som indledende analyse med det formål at være med til at danne analysestrategien for selve analysen.

Fra Retorikken

Endelig anvendes analyseværktøjer fra retorikken i form af appelformerne til at belyse, hvordan både dialogdeltagere og kidfluencere strategisk bruger bestemte appelformer til at overbevise dialogparterne om deres budskaber. De tre klassiske appelformer fra retorikken er *logos*, der appellerer til en rationel stillingtagen hos dialogpartere, *etos*, der appellerer til en tilslutning på grund af afsenders autoritet, og *potos*, der appellerer til dialogparternes følelser og stemninger i situationen (Jørgensen & Onsberg, 1999, s. 62ff). De tre appelformer vil bidrage til evalueringsanalysen, hvor jeg ser nærmere på, hvordan fænomenet kidfluencere italesættes.

Social identitetsteori

Med udgangspunkt i sociologien anvender jeg Richard Jenkins (2006) teori om social identitet, der skal være med til at belyse sociale relationers betydning for identitet og selvforståelse. Derudover inddrager jeg relevante begreber fra Haslam et al. (2009). Artiklen fra Haslam et al. (2009) tager udgangspunkt i Henri Tajfels sociale identitetsteori og selv kategoriseringsteori, som lægger sig tæt op ad Jenkins teori i forklaringen af sociale grupper og stemping. Ved at anvende endnu en ny tilgang til analysen tilkendegiver det undersøgelsens multiperspektiviske tilgang, hvor anvendelsen af flere teorier og metoder gør det muligt at se flere indsigter i det kommunikative fænomen kidfluencere, der analyseres (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2018, s. 4). Inden for social identitetsteori er det primært begreberne *identifikation*, *stemping* og *grupper*, som vil blive anvendt. For at forstå Jenkins og hans teori om social identitet vil jeg først se nærmere på, hvordan han forstår social identitet. Jenkins (2006) definerer social identitet som "(...) vores forståelse af, hvem vi er, og hvem de andre er (os selv iberegnet). Identitet er derfor ikke givet på forhånd, den er også et produkt af enighed og uenighed, og den står i princippet altid til forhandling"

Jenkins (2006) anser identitet som noget dynamisk, der forhandles og kommunikeres. Derfor handler identitet ifølge Jenkins også om, hvorledes vi gennem forskellige former for social samhandling etablerer mening om os selv og om andre. Ifølge Jenkins er alle menneskers identiteter sociale identiteter. Med dette menes, at interaktion med andres meninger altid er en del af en identificering, hvorfor ordet social, ifølge Jenkins, bliver overflødigt, når der tales om identitet (Jenkins, 2006). Jenkins betegner den proces, hvor identitet opstår som identifikationens indre-ydre dialektik. Han pointerer her, at den måde hvorpå vi identificeres af andre har lige så stor betydning for identitet som vores indre selvidentifikation. Det betyder, at den måde et individ definerer sig selv på, ikke kun tager udgangspunkt i individets forståelse af sig selv, men også i andres kategorisering af individet. Begge processer er dermed en del af aktørers rutinemæssige hverdagspraksis (Jenkins, 2006, s. 50). Jf. undersøgelsens videnskabssteoretiske ståsted SDV's antagelse 3 om, at *forbundne sagsforhold påvirker gensidigt hinanden*. Ligeledes påvirker det indre og det ydre gensidigt hinanden i den samme igangværende sociale proces.

Stemping er et centralt begreb inden for social identitetsteori, når der tales om den ydre påvirkning af individers indre identifikation. Derudover er stemping ikke noget, der udelukkende har med negative eller stigmatiserende identiteter at gøre. Faktisk er positive identiteter stemplinger, der også har konsekvenser (Jenkins, 2006, s. 101). Jenkins tager i sin model om stemping udgangspunkt i den

nominelle og *faktiske* identifikation. Det nominelle er det stempel, som individet identificeres med. Det kunne eksempelvis være 'flot'. Dog er det vigtigt at påpege, at det nominelle stempel i sig selv ikke er nok til, at identitet "optages". For at et stempel "optages" kræver det, at individet stemples af sig selv og andre, samt at der sker en stemplingsproces, som er en kumulativ proces over tid, hvor stemplingen ender med at få konsekvenser for individet (Jenkins, 2006, s. 102). Det faktiske er det stempel, der viser sig i identifikationens konsekvenser. Det faktiske er derfor, hvordan identifikationen opleves, og hvilken betydning den har for individet, herunder hvordan individet opfører sig og behandles. Hverken det nominelle eller faktiske er adskilte, men de er begge dele i den samme proces (Jenkins, 2006, s. 104).

Haslam et al. (2009) definerer grupper som de relationelle strukturer, vi indgår i, der er med til at definere, hvem vi er. Som sociale væsener er vi mennesker i vores hverdag og igennem vores liv en del af flere forskellige sociale grupper. De grupper, vi indgår i, er med til at give os en følelse af social identitet, og de er med til at definere, hvem vi er som mennesker (Haslam et al., 2009). Ifølge Jenkins er grundlaget for, at der dannes grupper og kollektiver, at mennesker har noget til fælles. Når der defineres et 'os', bliver der samtidig også defineret en række 'dem'. Og når vi taler om andre, udtrykker vi os ofte også om os selv (Jenkins, 2006, s. 105ff). Den her *os vs. dem-mentalitet* mener Haslam ikke kun bidrager til at forstå os selv. Han mener, at det også har betydning for vores følelse af selvværd og evaluering af os selv. Vores gruppe kan få os til at føle os for eksempel særprægede, specielle, effektive og vellykkede. Det kan dermed have enten positive eller negative psykologiske konsekvenser, da gruppen således er med til at præge ens selvværd og egevaluering.

Motivationsbehov

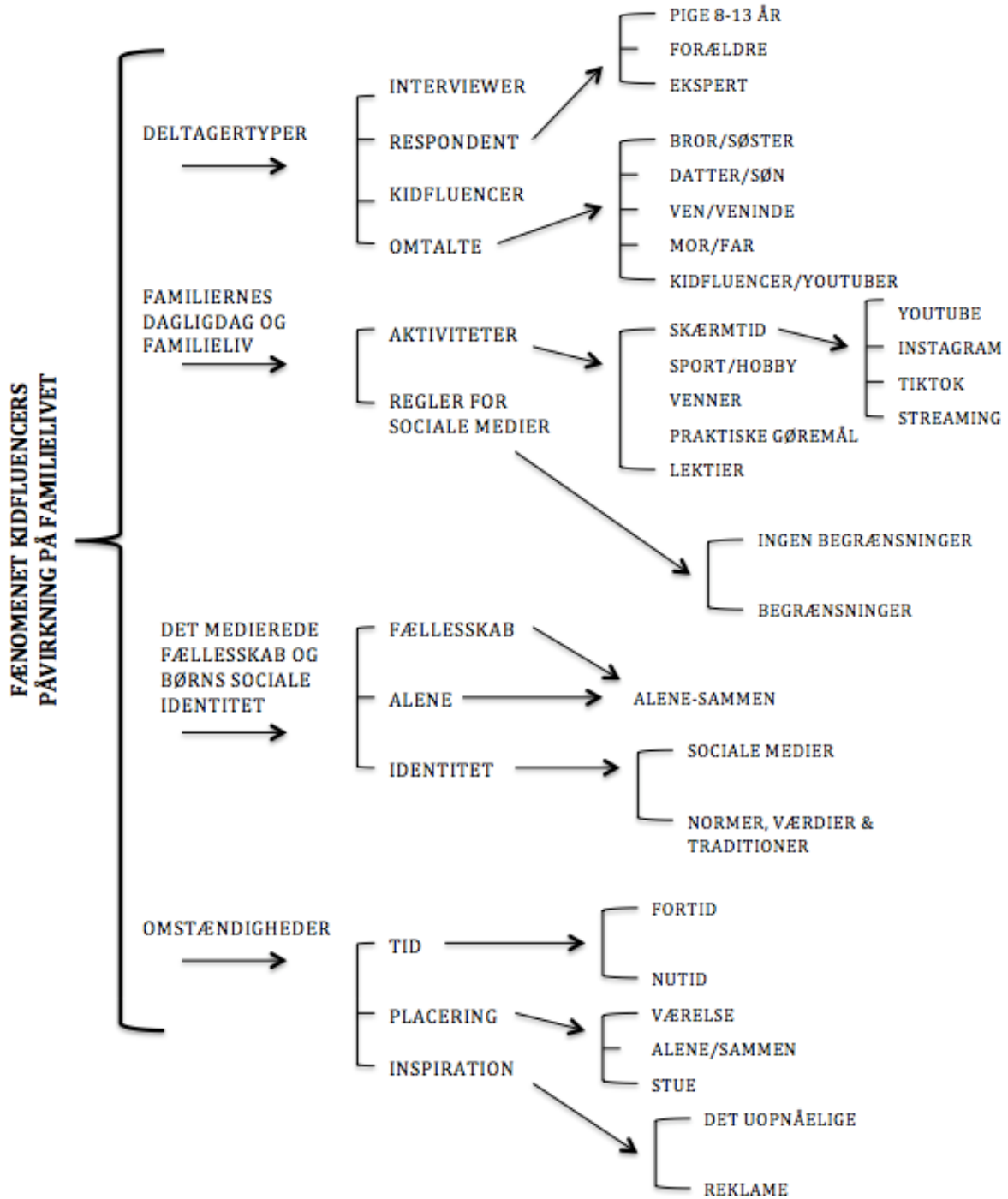
Maslows behovsteori vil jeg anvende til at undersøge børnenes motivation for og med kidfluencere. Abraham Harold Maslow (1887) er ophavsmand til en af de mest benyttede motivationsteorier, nemlig behovshierarkimodellen. Grundlæggende for Maslows motivationsteori gælder, at menneskets basale behov er inddelt i fem niveauer i en pyramide. Det fungerer sådan, at når et behov er tilfredsstillet, træder det næste basale behov frem, og sådan fortsætter det i uendelighed (Maslow, 1887). Behovene, der indgår i Maslows behovsteori er, hierarkisk nævnt, *det fysiske behov*, *tryghedsbehovet*, *det sociale behov*, *det egoistiske behov* og *det selvrealiserende behov*. I analysen vil Maslows behovsteori bidrage med et perspektiv på, hvad det er, der motiverer børnene til at bruge deres tid på fænomenet kidfluencere. Dermed vil jeg med denne tilgang og dermed et nyt perspektiv på fænomenet forsøge at forstå, hvad der driver børnene mod fænomenet.

Analysestrategi

Efter indsamling og transskribering af alle interviews anvendte jeg det eksperimentielle netværk (Andersen & Holsting, 2015, s. 317ff) til at organisere min data. Det eksperimentielle netværk er ideelt til at beskrive, hvad teksterne handler om samt finde de mønstre og sammenhænge, der er i teksterne. Jeg har valgt at anvende det eksperimentielle netværk med det formål, at det både kan være med til at sætte rammerne og strategien for den videre analyse, og med analyseværktøjet har jeg mulighed for at belyse de diskurser, der hersker omkring fænomenet kidfluencere. Derudover illustrerer det eksperimentielle netværk også, at der kan eksistere flere muligheder side om side jf. SDV's antagelse 9 om, *at en multiperspektivisk tilgang gør det muligt at studere både dele og helhed og alt midt imellem*. Udover, at det eksperimentielle netværk giver mulighed for, at der kan eksistere flere muligheder side om side, så er det også vigtigt at pointere, at jeg i nedenstående netværk over den indsamlede data præsenterer de mest fremtrædende betydninger i teksten, og derfor vil der også være aspekter i dataet, som ikke vil være indfanget jf. SDV's antagelse 7 om, *at dialektiske modsætninger ikke har noget slutpunkt*. SDV er nemlig metaforisk i både teoretisk og metodisk henseende, og dermed vil en ny indsigt altid åbne op for nye modsætninger.

Dataindsamlingen er foretaget på baggrund af undersøgelsens formål, der er at få indblik i fænomenet kidfluencere og forstå, hvordan det påvirker børn, deres familier og dagligdag – set fra alle aktørers perspektiver. Derfor har jeg på baggrund heraf valgt at bruge titlen *Fænomenet kidfluencers påvirkning på familielivet*, der angiver, hvad interviewene eksperimentielt handler om, som indgangsbetingelse til det eksperimentielle netværk.

Det eksperimentielle netværk orienterer sig som hovedregel mod fire typer af systemer, der er med til at konstruere netværket. Det drejer sig om *aktiviteter, tilstande, partcipanter og omstændigheder* (Andersen & Holsting, 2015, s. 318). Det resulterer i et eksperimentielt netværk med fire systemer: *FAMILIERNES DAGLIGDAG OG FAMILIELIV*, der skaber betydning for, hvad familierne laver i hverdagen samt deres brug af sociale medier. *DET MEDIEREDE FÆLLESSKAB OG BØRNS SOCIALE IDENTITET*, der skaber betydning for det at være i et fællesskab eller være alene, for fænomenet, at man er online-sammen, samt at børn i dag er mere ydrestillede *DELTAGERTYPER*, der skaber betydning for tekstens deltagere. *OMSTÆNDIGHEDER*, der skaber betydning for den tid, vi i dag lever i, konteksten samt børns higen efter det uopnåelige. Det eksperimentielle netværk er illustreret på næste side:



Det eksperimentielle netværk er anvendt i den videre analyse, hvor hvert organiserede system har indflydelse på, hvordan undersøgelsen er struktureret i analysedele. Analysen er nemlig inddelt i tre dele, der består af: 1. Familiernes dagligdag og familieliv, 2. Det medierede fællesskab og børns sociale identitet, 3. En evalueringsanalyse. Under hver analysedel anvendes der forskellige analyseværktøjer fra forskellige tilgange, der hver især bidrager med differentierede måder at belyse fæno-

menet på. De udvalgte analyseværktøjer er valgt med afsæt i en bevægelse mellem teori, analyse og dataindsamling jf. SDV's antagelse 1 om, *at teori og praksis fordrer hinanden* (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017). Derudover gør den multiperspektiviske tilgang, som SDD bygger på, det muligt at arbejde med forskellige teorier og metoder på deres præmisser.

Familiernes dagligdag og familieliv

Herunder er det analyseret, hvordan familierne er påvirket af fænomenet kidfluencere samt parternes indbyrdes relation. Jeg anvendte analyseværktøjer som kernemodsætningsmodellen, det tredje subjekt, persondeiksis og elementer fra den interpersonelle metafunktion. Det viser sig, at kernemodsætningsforholdene 'alder' og 'autoritet' er dominerende gennem hele analysedelen i forhold til relationen i familierne samt mellem dem og kidfluencere. Derfor kan man samlet set argumentere for, at der hersker flere diskursive retninger i forhold til fænomenet alt efter, hvilket perspektiv du kigger på fænomenet fra. Fra forældreperspektivet hersker der en diskursiv retning, hvor de anser sig selv som værende nødsaget til at påtage sig forælderrollen for at beskytte deres børn mod fænomenet. Fra barneperspektivet hersker der en diskursiv retning, hvor de mener, at forældrene ikke forstår fænomenet, da de har en anden alder. På samme måde hersker der også en diskursiv retning fra forældrenes side, idet de også giver udtryk for, at de ikke forstår fænomenet og deres børns higen efter det på grund af deres alder.

Det medierede fællesskab og børns sociale identitet

I denne delanalyse analyserede jeg, hvordan kidfluencere påvirker børnene og deres identitet. Jeg anvendte analyseværktøjer fra social identitetsteori og Maslows behovsteori. Det viste sig, at børnene via kidfluencere oplever et gruppetilhørsforhold, der netop er med til at opfylde deres sociale behov. Derudover er det gennem dette fællesskab, at der sker en form for social samhandling, der er med til at påvirke børnenes identitet. Ydermere viste det sig, at den måde børnene stempler kidfluencere på også er med til at forme børnenes identitet grundet deres tilhørsforhold til dem. På den måde er der flere elementer, der spiller en rolle i deres identifikationsproces. Til sidst argumenterede jeg for, hvordan kidfluencere er med til at opfylde børnenes sociale behov, samt hvorfor børnene stræber efter fænomenet.

Med udgangspunkt i forældrenes italesættelser omkring fænomenet, så er det tydeligt at kernemodsætningsforholdet *alder* endnu engang har en væsentlig rolle. Forældrene forsøger at sammenligne

med dengang, de var børn og den måde, hvorpå de fik deres behov opfyldt. Dette tydeliggøres i forældrenes italesættelse af fænomenet, hvor flere af forældrene italesætter, hvordan de var sammen med deres venner, og hvad de lavede i deres fritid, da de var børn.

Evalueringsanalyse

I den sidste del af analysen foretog jeg en evalueringsanalyse, hvor jeg ved hjælp af analyseværktøjer fra socialesemiotikken og retorikken evaluerede fænomenet kidfluencere fra de forskellige perspektiver. Det viste sig, at der var en overvejende positiv evaluering af fænomenet fra børnenes perspektiv, hvorimod forældrene evaluerede fænomenet overvejende negativt. Det gjorde de blandt andet gennem brugen af henholdsvis negativ- og positivladede adjektiver og forstærkninger i deres sprogbrug. Igen blev de dominerende kernemodsætningsforhold tydelige, da forældrene og børnene i kraft af deres *alder* og *autoriteter* evaluerede derefter. Ligeledes viste der sig at være en negativ evaluering fra forældrenes side, der var bundet op på deres rolle som forældre og den sunde fornuft og omsorg, de dermed yder overfor deres børn.

De syv diskurser

Overordnet peger undersøgelsen, herunder de differentierede analyser, i samme diskursive retninger, og der kan i forbindelse med bevægelsen mellem de tre analyseniveauer identificeres syv primære diskurser. De fundne diskurser er:

- Diskurs om, at forældre må beskytte deres børn mod kidfluencere.
- Diskurs om, at det ikke er godt for børn at være kidfluencere.
- Diskurs om, at forældre ikke forstår kidfluenceres popularitet.
- Diskurs om, at kidfluencere er til grin.
- Diskurs om, at kidfluencere kan det hele.
- Diskurs om, at børn gerne vil være kidfluencere eller være ligesom dem.
- Diskurs om, at kidfluencere dækker et fællesskabsbehov hos børn.

Ovennævnte fremhævede diskurser viser sig at være de mest fremherskende i den indsamlede data. Som nævnt er analyserne gensidigt forbundne, og derfor identificeres diskurserne også overlappende mere eller mindre gennem alle analyserne. På samme måde er de identificerede diskursers grænser også mere eller mindre slørede, og derfor opstår der flere steder interdiskursivitet mellem diskurser-

ne, fordi de overlapper og understøtter hinanden (Phillips, 2015, s. 309). Udover interdiskursivitet, så er diskurserne også forskellige alt efter, hvilket perspektiv, man ser fænomenet fra. Dette bliver tydeligt i blandt andet deiksisanalysen, hvor forældre og børn stiller sig overfor hinanden, når fænomenet italesættes. Ligeledes i evalueringsanalysen, hvor evalueringen er forskellig afhængig af perspektivet. Derfor vil jeg i de efterfølgende afsnit belyse, hvordan kidfluencere italesættes fra henholdsvis et børne- og forældreperspektiv.

Diskurser fra et børneperspektiv

I interviewene med børnene og de indsamlede dokumenter tegner der sig nogle mønstre i diskursbru- gen. Børnene trækker nemlig hyppigt på de positive diskurser: Kidfluencere kan det hele. Børn vil gerne være kidfluencere og være ligesom dem. Kidfluencere dækker et fællesskabsbehov hos børn.

Diskursen om, at kidfluencere kan det hele, er blandt andet illustreret i udtryk som “og så ser man også hende, fordi hun er flot og har en virkelig sjov familie og kan det hele”. Her understreger et af børnene, at kidfluencere kan det hele, og det er blandt andet derfor, at de bliver orienteret mod dem. Denne diskurs overlapper diskursen om, at børn gerne vil være kidfluencere og være ligesom dem, hvilket ses i “jeg kunne rigtig godt tænke mig at være youtuber” og “ja, det er bare sådan, at det hele ser så fedt ud”. Her ses det, at børnene trækker på diskursen om, at de gerne vil være kidfluencer, fordi det hele ser så fedt ud. Derfor overlapper de to diskurser hinanden, da børnene flere gange trækker på begge diskurser samtidigt i deres italesættelser af fænomenet. Børnene trækker også meget på diskursen om, at kidfluencere dækker et fællesskabsbehov i forbindelse med udtalelser om, at de ikke føler sig ensomme, når de benytter sig af fænomenet. Derudover bliver det også tydeligt, at kidfluencere forsøger at iscenesætte et fællesskab med børnene i deres videoer, hvilket blandt andet bliver tydeligt gennem deres brug af pronominet ‘vi’. Dermed bruges diskursen blandt andet til at beskrive og argumentere for, hvorfor kidfluencere er så populære blandt børn.

De tre førnævnte diskurser bruges hyppigt i forbindelse med positive evalueringer af fænomenet, der kommer til udtryk fra et børneperspektiv, mens ingen af forældrene trækker på de tre førnævnte dis- kurser.

Diskurser fra et forældreperspektiv

Overordnet er diskursbru- gen i interviewene med forældrene af en anden karakter end med børnene. Forældrene trækker nemlig mere på de fire første diskurser, der er overvejende negative: Forældre

må beskytte deres børn mod kidfluencere. Det er ikke godt for børn at være kidfluencere. Forældre forstår ikke kidfluenceres popularitet. Kidfluencere er til grin.

Diskursen om, at forældre må beskytte deres børn mod kidfluencere er dominerende i interviewene med forældrene i billedlige udtryk som: “Jeg tror, det åbner nogle døre for dem til en verden, som de skal kunne kapere”. Andre anvendelser er mere indirekte, hvor forældrene forbyder fænomenet for børnene gennem deres forældreautoritet, som de bruger, fordi de forsøger at beskytte deres børn mod fænomenet. Dette ses i “Vi kan ikke se det fornuftige i det eller det reelt givende i det for dem, så de må bruge deres energi på noget andet”. I samme virkefelt trækker forældrene på diskursen om, at det ikke er godt for børn at være kidfluencere. Dette kommer til udtryk i “det tror jeg bare ikke, at man har godt af, når man er 12 år gammel”. Derudover ses det også, når forældrene ikke giver deres børn lov til at være kidfluencere. Dermed tegner der sig et negativt billede af fænomenet fra et forældreperspektiv, hvilket blandt andet kan argumenteres med forældrenes uforståenhed overfor fænomenet. Forældrene trækker nemlig meget på diskursen om, at de ikke forstår fænomenet, hvilket børnene ligeledes også italesætter i interviewene - fra et forældreperspektiv. Dermed bliver diskursen dominerende i den forstand, at den både bliver italesat af forældre og børn gennem interviewene.

Den sidste diskurs om, at kidfluencere er til grin bliver hyppigt anvendt i forbindelse med evalueringen af fænomenet fra forældreperspektivet. Således bruges denne diskurs især i udtryk som “Jeg synes, det er dybt mærkeligt” og “Jeg synes, hun er forfærdelig, pisse irriterende”. Dermed observeres diskursen især, når forældrene beskriver og evaluerer fænomenet, hvilket bliver på negativ vis.

De fire ovennævnte diskurser, der gør sig gældende i interviewene med forældrene er alle benyttet med en overvejende negativ karakter. Det bliver derfor tydeligt, at diskursbrugen er afhængig af dialogdeltagernes situationelle kendskab og refleksion over fænomenet. Hvorfor dialogdeltagernes diskursbrug er differentieret afhængig af deres rolle, alder og autoritet, vil jeg diskutere i det efterfølgende afsnit.

Hvordan vurderes fænomenet?

Da forældrenes evaluering af fænomenet udspringer af deres værdier, er det forskelligt, hvordan børn og forældre vurderer fænomenet. Det kan derfor diskuteres, hvorledes forældre kan imødekomme fænomenet, men hvad er fordele og ulemperne herved? Og hvordan skal børn navigere rundt i en

verden, hvor stræben efter det perfekte er i fokus? Det hele afhænger i bund og grund om, hvordan forældre og børn vurderer ud fra forskellige værdier.

Hvilke værdier dominerer i forbindelse med kidfluencere?

SDV's antagelse 6 om, *at værdier og kendsgerninger er to alen af samme stykke*, finder især sin inspiration i Bert Hodges værdirealiseringsteori, der understreger, at værdier er dynamiske, økosystemiske, heterarkiske, socialt koordinerede og er noget, der realiseres (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard 2015, 2017; Hodges 2007). Derfor er det vigtigt at pointere, at det afhænger af situationen, hvilke værdier, der dominerer. Når forældrene i overvejende grad trækker på de negative diskurser, og når forældrene evaluerer fænomenet, udspringer det af, hvilke værdier de realiserer i den givne situation. Selv samme er gældende for børnene. Ifølge Bert Hodges (2007) afhænger dialogdeltagerens beslutninger af, hvilken situation de befinder sig i. Ofte har mennesker mange værdier, men det afhænger af situationen, hvilken værdi der realiseres og dermed bliver mest dominerende. Når forældrene vurderer fænomenet negativt, udspringer det i den eller de værdier, de realiserer i forbindelse med fænomenet. Værdier som ansvarlighed, fornuft, kærlighed og omsorg realiseres i forbindelse med fænomenet fra forældrenes perspektiv, hvilket påvirker deres negative vurdering. Børnene realiserer værdier som fællesskab, sjov og inspiration, og derfor bliver deres vurdering af fænomenet anderledes. Netop dette gør det svært for børnene at navigere rundt i, fordi hvad er rigtigt og forkert at gøre? På samme måde bliver det også svært for forældrene netop at forstå fænomenet, fordi deres evaluering bygger på andre realiserede værdier i forbindelse med fænomenet end børnenes. Derfor bliver det store spørgsmål i forhold til kidfluencere påvirkning på børn, familier og deres dagligdag mere komplekst end som så, da de hver især realiserer forskellige værdier i interaktionen med fænomenet og hinanden, og dermed bliver det svært at forholde sig til. Hvad betyder mest for forældrene i den givne situation? Og hvad betyder mest for børnene? Netop dette afhænger af den situation, beslutningen tages i. Og hvad man beslutter som værende det gældende, afhænger også af den tid, man lever i (Dakwar, Lorentzen, Smedegaard, 2017, s. 26).

Dakwar, Lorentzen & Smedegaard (2015) argumenterer for en videreudvikling af dialektisk lingvistik, hvor de har tænkt Hodges ind. Denne videreudvikling bidrager med perspektivet, at værdirealiseringen også afhænger af vores erfaringer (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017). Netop dette viser sig i de fundne diskurser, hvor forældrene især trækker på deres erfaringer, når de vælger, hvilke værdier der skal realiseres i forbindelse med fænomenet. Hvorvidt forældrene vurderer fænomenet positivt eller negativt, afhænger af mødet mellem situationen og forældrenes erfaringer. Alligevel giver forældrene udtryk for, at det er svært at forholde sig til, og de har svært ved at navigere rundt i

en dagligdag med fænomenet. På den anden side er børnene, der ikke forstår, at deres forældre ikke forstår fænomenet, fordi børnene netop er opvokset i en digital tid med nogle andre erfaringer, der gør, at de vurderer fænomenet anderledes.

Overordnet viser det sig, at forældrene og børnene må afveje, hvilke værdier de vægter højest i situationen. Hvilken betydning har det for børnene og familiens dagligdag, at forældrene vægter omsorg højest? Der kan derfor sættes spørgsmålstegn ved, om forældrene i stedet for burde vægte det fællesskab eller den læring, børnene får ud af fænomenet højere, end de gør? Og hvordan påvirker det børnene, når forældrene gennem deres forældreautoritet forbyder børnene at blive kidfluencer eller opstiller meget skarpe grænser for, hvad de må og ikke må? Netop dette vil jeg i efterfølgende afsnit diskutere.

Kan mødet med kidfluencere egentlig vurderes?

Det bliver tydeligt både i analysen, de fremherskende diskurser og i den forrige diskussionsdel, at fænomenet påvirker børnene på en positiv måde. Når det derimod kommer til familielivet og dagligdagen, anses fænomenet mere som et problem end et redskab til leg. Derfor bliver det tydeligt, at der er tre gennemgående måder, som forældrene forholder sig i situationen med fænomenet. På den ene side vælger forældrene at forholde sig passivt til fænomenet og lade børnene gøre, som de har lyst til, uden at det bliver italesat i familien. På en anden side reagerer forældrene ved at forbyde fænomenet for barnet og sætte meget skarpe grænser for, hvad de må og ikke må. Derimellem er der en tredje måde, hvorpå forældre agerer. Her følger de aktivt med, de forsøger at forstå fænomenet, og de opererer mellem de to førnævnte måder at agere på. Disse tre former for forældreautoritet kan sammenholdes med Kurt Lewins tre ledelsesformer: *Laizzes faire*, *Autoritær* og *Demokratisk*. Der kan argumenteres for, at dette ligeledes er gældende for almen opdragelse, som det er gældende for, hvordan forældrene handler overfor deres børn. Og det vil derfor altid udspringe af, hvilke værdier forældrene vægter højest i den givne situation og dermed vælger at realisere. Det er derfor svært at argumentere for, hvornår forældrene skal gøre hvad, fordi det afhænger af situationen. Med en situationel dialektisk tankegang og inspiration fra situationel dialektisk ledelse, hvor man navigerer i modsætningsfyldte behov i den enkelte situation og interaktion, vil det være en fordel for familierne, hvis de arbejder med en både-og tankegang, hvor de både skal sætte grænser, men samtidig også give slip. Det ville på et kontinua med inspiration fra de tre ledelsesstile illustreres således:



I almen opdragelse er det nødvendigt med grænser, men ved at forbyde fænomenet for børnene kunne det resultere i, at det sker i skyggen som skyggetemaer. Det ville eksempelvis være, hvis børnene i skyggen af familielivet lever et liv på de sociale medier i form af profiler, som forældrene ikke kender til. En passiv tilgang, hvor forældrene er ligeglade, vil også sjældent være at foretrække. Som forældre skal man derfor navigere på ovenstående kontinua og dermed lade situationen bestemme, hvordan der skal handles. Det er vigtigt at pointere, at der ikke er nogen måde, der er rigtig eller forkert. Forældre må have en fornemmelse for, hvornår de skal realisere hvilke værdier for at skabe den bedst mulige løsning på, at fænomenet er så stor en del af børnenes dagligdag, som det er i dag.

Ovenstående stemmer også godt overens med Ralph Staceys (2011) teori om, at det er interaktionen, der er i centrum. Ifølge Stacey kan man ikke forudsige, hvad der vil ske, når mennesker mødes og interagerer. Ligeledes argumenterer Stacey for, at organisationer består af mennesker, der hver især har deres egne agendaer og intentioner, der påvirker og påvirkes af hinanden. Mennesker konstruerer konstant virkeligheden i indbyrdes relationer, og det skaber en uforudsigelig kompleksitet (Stacey, 2011). Netop dette sker også i familierne og i deres dagligdag, hvor børnene og forældrene hver især har forskellige hensigter med fænomenet, hvilket udspringer af de værdier, de realiserer. Her kunne der stilles spørgsmålstejn ved diskurserne om, at forældre må beskytte deres børn mod kidfluencere og diskursen om, at det ikke er godt for børn at være kidfluencere. Ifølge Stacey ville jeg derfor kunne spørge, hvordan kan forældrene forudsige, at fænomenet er dårligt for deres børn? Det kan ikke forudsiges, ligesom det heller ikke kan forudsiges, hvilke værdier forældrene i den givne situation vægter højest og realiserer. Dog er alt i interaktionerne ikke kun uforudsigeligt, da det er muligt at frembringe mønstre på baggrund af lokale interaktioner over tid (Solsø & Thorup, 2015, s. 31). Og disse mønstre er netop det, forældrene trækker på, når de eksempelvis skal forudsige, hvordan det ville være, hvis barnet blev kidfluencer. Men om fænomenet er farligt eller ikke farligt, det vil altid forblive et åbent spørgsmål, der ikke kan forudsiges.

Hvordan navigere børn rundt i det perfekte samfund?

I analysen blev det tydeligt, at børnene enten konstant stræber efter at blive kidfluencer, ellers forsøger de at være ligesom dem. Især børnenes sociale identitet afspejler livet som kidfluencer, der itale-

sættes som børn, der kan det hele. Men hvornår kan man betegne noget som fuldkommen og dermed perfekt? Og hvordan navigere børn rundt i en verden, hvor stræben efter det perfekte er så markant?

Adjektivet perfekt kan på den ene side betegnes som noget, der fremstår uden fejl og mangler. På den anden side er det subjektivt. Hvad der er perfekt for det ene barn, det er måske ikke perfekt for det andet barn. Hvornår er noget så perfekt? Netop dette paradoks gør det svært for børn at navigere i, når de stræber efter at blive kidfluencer eller være ligesom dem.

Med SDV's antagelse 7, om *at dialektiske modsætninger ikke har noget slutpunkt*, argumenteres der for, at når der opstår en syntese, så vil der altid opstå en antitese og bevægelsen fortsætter derfor altid i det uendelige uden noget slutmål (Dakwar, Lorentzen & Smedegaard, 2017, s. 29). Det samme gør sig gældende i diskussionen om, hvornår noget er perfekt. Når børn higer efter at være perfekte, at kunne det hele og at være inspirerende, hvornår når de så til et punkt, hvor de føler sig fuldkommen? Det samme gør sig gældende for en kidfluencer, fordi hvornår når de til et punkt, hvor de har opnået det, de stræber efter? Er det, når de har 5000, 100.000 eller 300.000 følgere eller abonnenter? Det vil altid fortsætte i det uendelige, for når de opnår et mål, sætter de blot et nyt, og derfor opstår der konstant nye synteser. Og dermed er verden ikke statisk over tid.

Når forældre og børn vurderer fænomenet forskelligt, afhænger det primært af de værdier, de realiserer i situationen med fænomenet. Sekundært kunne der argumenteres for, at det handler om, hvordan de hver især vurderer, at familielivet og dagligdagen er perfekt for dem. Det, der betegnes som en ideel dag for børnene, betegnes måske ikke som en ideel dag for forældrene. Det bliver derfor svært for både forældre og børn at navigere i en hverdag med fænomenet, fordi de hver især vurderer fænomenet forskelligt afhængigt af de værdier, de realiserer i situationen. Ifølge SDV så vil fænomenet i mødet med børn og forældre ikke have et slutmål og dermed være fuldkommen, og det er netop dette, der medvirker til, at det bliver svært for både børn og voksne at navigere rundt i, fordi hvornår er børnenes stræben efter fænomenet fuldendt? Og hvornår er forældrenes måde at forholde sig til fænomenet på korrekt? Dette vil forblive åbne spørgsmål, der ifølge SDV og Stacey ikke kan forudsiges. Derudover vil det ifølge Hodges først være i selve situationen, man vil finde ud af, hvilke værdier, der realiseres, hvilket understøttes af Stacey, der argumenterer for, at det netop ikke kan forudsiges.

Konklusion

Formålet med undersøgelsen var at undersøge, hvordan fænomenet kidfluencere opleves. Derudover havde det til formål at undersøge, hvorledes fænomenet påvirker børn, familier og deres dagligdag.

Overordnet er undersøgelsen foretaget på et situationelt dialektisk grundlag, hvor jeg konstant har foretaget valg og fravalg med fokus på formålet og situationen. For at kunne besvare problemformuleringen indsamlede jeg data via elleve interviews og to indhentede dokumenter, der alle bidrog med forskellige relevante perspektiver til og på fænomenet. Den indsamlede data analyserede jeg gennem en situationel dialektisk diskursanalyse, der ligeledes bidrog med forskellige perspektiver på fænomenet og dermed en dybere og bedre indsigt.

Undersøgelsens analyse pegede på, at der herskede flere diskursive retninger alt efter, hvilket perspektiv, du ser på fænomenet fra. Det blev tydeligt, at kernemodsætningsforholdene *alder* og *autoritet* var gennemgående i analysen, og gennem persondeksisanalysen blev det klart, hvordan der hersker forskellige diskursive retninger fra henholdsvis et børne- og forældreperspektiv. Den videre analyse af fænomenet pegede på, at børnenes sociale identitet blandt andet opstår gennem det gruppetilhørsforhold, som fænomenet iscenesætter. Ydermere fandt jeg, at børnene gennem kidfluencerfænomenet får deres sociale behov dækket, og deres stræben efter at blive kidfluencer eller være ligesom dem, er funderet i børnenes egoistiske behov, hvor de ønsker at få succes, anerkendelse med videre.

Gennem undersøgelsens evalueringsanalyse pegede de forskellige diskursive retninger på, at der opstår både negative og positive evalueringer alt efter, om du ser på fænomenet fra et børne- eller forældreperspektiv. Når børnene evaluerer fænomenet forholdsvis positivt, og forældrene evaluerer fænomenet negativt, er det med udgangspunkt i de værdier, de hver især realiserer i situationen. Det kan derfor konkluderes, at den måde fænomenet opleves på, afhænger af de værdier, der realiseres samt hvilket perspektiv, der anlægges på fænomenet. Med de negative evalueringer fra forældreperspektivet kan det konkluderes, at det især er bestemt af deres rolle som forældre og dermed den sunde fornuft og omsorg, man som forældre yder overfor sine børn.

Slutteligt diskuterede jeg, hvorvidt det overhovedet er muligt at forudsige, hvordan mødet med kidfluencere og dermed evalueringen heraf kan forudsiges. Ydermere, hvordan det perfekte samfund gør det svært for børn og forældre at navigere rundt i. Undersøgelsen understregede derfor, at forældre og børn må afgøre, hvilken værdi de vægter højest, når de vurderer fænomenet kidfluencere.

Referenceliste

Alston, Amber Nicole (2019): It's cool to be a kid(fluencer). (Online rapport)

Lokaliseret på www.licenseglobal.com

Andersen, T.H. & Holsting, A.E.M (2015): *Teksten i grammatikken*. Odense: Syddansk Universitet

Andersen, L. B., Hansen, K. M. & Klemmensen, R. (2010). *Metoder i statskundskab*. København: Hans Reitzels Forlag.

Andersen, T. H. & Smedegaard, F. (2005). *Hvad er meningen?*. Odense: Syddansk Universitetsforlag.

Bang, J. C. & Døør, J. (2007). *Language, Ecology and Society. A Dialectical Approach*. London/New York: Continuum.

Brinkmann, S., & Tanggaard, L. (2015). *Kvalitative metoder*.

Brooks, Aaron (2019): A Brief history of Influencere. (Online artikel)

Lokaliseret på: <https://www.socialmediatoday.com/news>

Brøgger, Sten (2019): *Hype om legetøj får konsekvenser – udlevering stopper før tid*.

Lokaliseret på: <https://www.tv2ostjylland.dk/aarhus/hype-om-legetoj-far-konsekvenser-udlevering-stopper-tid>

Burgess, J. & Green, J. (2018): *Youtube: online video and participatory culture*. Polity Press

Christensen, D. (2016): *Medieudviklingen 2016. DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier* (Online rapport).

Lokaliseret på: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning>

Christensen, D. (2018): *Medieudviklingen 2018. DR Medieforsknings årlige rapport om udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier* (Online rapport)

Lokaliseret på: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning>

Christensen, U., Nielsen, A., & Schmidt, L. (2013): *Det kvalitative forskningsinterview*. I S. Vallgård & L. Koch, *Forskningsmetoder i folkesundhedsvidenskab*.

Dakwar, J. R., Lorentzen, A.-C. R. and Smedegaard, F. (2018). *Muligheders umuligheder og umuligheders muligheder i Situationel Dialektisk Diskursanalyse*. Odense: Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Dakwar, J. R., Lorentzen, A.-C. R. and Smedegaard, F. (2017). *Ni antagelser om Situationel Dialektisk Videnskabsteori*. Odense: Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Dakwar, J. R., Lorentzen, A.-C. R. and Smedegaard, F. (2015). *En ansats til en teori om Situationel Dialektisk Ledelse*. Odense: Det ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Dupont, K., & Troelsdatter, S.E. (2017), *Når modsætninger mødes - En operationalisering af en Situationel Dialektisk Videnskabsteori*. Odense: Det ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Forbrugerombudsmanden (2018): *Skjult reklame på sociale medier*. (Online artikel)
Lokaliseret på: <https://www.forbrugerombudsmanden.dk/hvad-gaelder/markedsfoeringsloven/skjult-reklame/reklame-paa-sociale-medier-1>

Goffman, E. (2014): *Hversdagslivets rollespil*. København.: Samfundslitteratur.

Glob, Viola Agnete Lilje (2018): *OMG... de mega bløde de her POMSIES!* Youtube. (Online video)
Lokaliseret på: <https://www.youtube.com/watch?v=5VXoe1hC294>

Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009): *Social Identity, Health and Well-Being: An Emerging Agenda for Applied Psychology*. *Applied Psychology*, (58), 1–23.

Hodges, Bert (2007): “*Values define fields: The intentional dynamics of driving, carrying, leading, negotiating, and conversing*”. *Ecological Psychology* 19, p. 153 – 178

Jenkins, R. (2006): *Social identitet*. Århus: Academica.

Jensen, A-L K. & Sørensen, K.R (2017): *Youtubere som influencere – en mediereceptionsanalytisk undersøgelse af tween-pigers oplevelse af youtuberes univers i krydsfeltet mellem kommercielle interesser og etiske overvejelser*. Speciale, Medievidenskab, Aarhus Universitet

Jewitt, Carey (ed.) (2014): *The Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. London: Routledge.

Johansen, Stine Liv (2014): *Børns liv og leg med medier*. Dafolo Forlag

Jørgensen, C., & Onsberg, Merete. (1999): *Praktisk argumentation*. København: Teknisk forlag

Kampmann, J. (1998). *Børneperspektiv og børn som informanter*. København: Børnerådet.

Kress, G. (2010): *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. London: Routledge.

- Kress, G. and Van Leeuwen, T. (2001): *Multimodal Discourse – The Modes and Media of Contemporary Communication*. London: Arnold.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interview - det kvalitative forskningsinterview som håndværk*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Lindø, A. (2002). *Samtalen som livsform - et bidrag til dialoganalysen* (1. ed.). Aarhus: Forlaget Klim.
- Lynggaard, K. (2015). *Dokumentanalyse*. I S. Brinkmann, & L. Tanggaard, *Kvalitative metoder*. Hans Reitzels Forlag.
- Maheswari, Sapna (2019): *Online and Making Thousands at Age 5: Meet the Kidfluencere*. I New York Times
- Maslow, A.H. (1987): *Motivation and personality*. 3. Th. edn. Harper and Row, New York.
- Mehlsen, Camilla (2019): *Kidfluencere er de nye supermodeller*. (Online artikel)
Lokaliseret på: <https://bureaubiz.dk/klumme/kidfluencere-er-de-nye-supermodeller/>
- Moltrup, Frederik. (2019). *Buber møder Berne*. Odense: Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.
- Morgan, Gareth (2006): *Images of Organization*. London: Sage, 4. udgave.
- Münster, Naja (2019): *Ny prank du kan lave*. Youtube. (Online video)
Lokaliseret på: https://www.youtube.com/watch?v=4m8OzzOM_5g
- Nagy, Nanna (2019): *Her er de danske stjerner, som de gamle over 30 ikke kender*. (Online artikel)
Lokaliseret på: <https://livsstil.tv2.dk/2018-08-17-her-er-de-danske-stjerner-som-de-gamle-over-30-ikke-kender>
- Nielsen, Sarah Hoffmann (2018): *Siger de noget? - En analyse af forskellige funktioner i statsministres nytårstaler i det 21. århundrede og et bud på nytårstalens fremtid*. Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.
- Nilausen, A.L. & Thaarup, R. (2018): Kapitel 6, *Du gennemfører aldrig Youtube*. I DR medieforskningsrapport fra 2018 af: Christensen, D.
Lokaliseret på: <https://www.dr.dk/om-dr/fakta-om-dr/medieforskning>
- Nyboe, Lotte (2009): *Digital Dannelse*. Forlag Frydenlund
- Nørfelt, Astrid (2018): *Vi skal (desværre) alle sammen være her - En undersøgelse af Coop-kunders holdninger til etnisk markedsføring samt fordele og ulemper ved strategien*. Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Phillips, L. (2015). *Diskursanalyse*. I S. Brinkmann, & L. Tanggaard, *Kvalitative metoder*. Hans Reitzels Forlag.

Prensky, Mark (2001): *Digital Natives, Digital immigrants*. I *On the Horizon*, 9(5).

Rasmussen, Dorte (2018): *Lokal stjerne er med i ny far-til-fire-film*. Jyske Vestkysten
Lokaliseret på: <https://jv.dk/artikel/lokal-stjerne-er-med-i-ny-far-til-fire-film>

Smedegaard, Flemming. (2019). *"Hvem vil vaere modtagere af min kampagne?" Om hvorfor kommunikationsfagets afsender- og modtagerbegreber bør udskiftes af et deltagerbegreb*. Odense: Det Ny Merino - Syddansk Universitet: Institut for Sprog og Kommunikation.

Smedegaard, F. (2018). *Relation*. I J. Fanth & M. G. Andreassen, *Professionel kommunikation* (s. 63-68). Samfundslitteratur

Stacey, R. (2011). *Strategic Management and Organizational Dynamics*. Essex: Pearson Education Limited

Solsø, K., & Thorup, P. (2015). *Ledelse i kompleksitet - en introduktion til Ralph Staceys teori om organisation og ledelse*. København: Dansk Psykologisk Forlag.

Tufte, B. (2007). *Studier af børn, unge, medier og forbrug*. I Tufte, B. (Ed.), *Børns opvækst med medier og forbrug* (pp. 13-22). Frederiksberg C: Samfundslitteratur.

Youtube, Naja Münster (u.å.): Youtube-kanal for Naja Münster.

Lokaliseret på: https://www.youtube.com/channel/UC99pGo0-YQjrp_mGD5xcRw

Youtube, Mor & Far Münster (u.å.): Youtube-kanal for Mor og far Münster.

Lokaliseret på: <https://www.youtube.com/channel/UCyNPmg4WRmmlmWyivFYOYaw>

Youtube, Viola Agnete Lilje Glob (u.å.): Youtube-kanal for Viola A. L. Glob

Lokaliseret på: <https://www.youtube.com/channel/UCSw-yciT3nUhhbnmpqwreYQ>