

Kjendisenes bistand – et troverdig og autentisk engasjement?

En analyse av kjendisengasjementet i den humanitære kampanjen «Motherhood»

ANINE BENTSEN

VEILEDER

Siri Hempel Lindøe

Universitetet i Agder, 2020

Fakultet for humaniora og pedagogikk

Institutt for nordisk og mediefag

Master

SAMMENDRAG

I flere tiår har kjendiser engasjert seg i bistand og utvikling. Og stadig flere ser ut til å gjøre det. Men hva er det ved denne såkalte kjendiseffekten som er så engasjerende? Og fremstår kjendisene som autentiske og troverdige i måten de engasjerer seg på?

Denne oppgaven undersøker hvordan de to norske bloggerne Marna Haugen Burøe og Mia Charlotte Johnsen engasjerer seg i den humanitære kampanjen og serien «Motherhood». Målet med oppgaven er å gi en forståelse for hvordan vi kan oppfatte kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker som autentiske og troverdige. Den har også som mål å kartlegge hvor serien befinner seg sjangermessig innenfor feltet kjendis-humanitarisme.

Ved å ta i bruk kvalitativ tekstanalyse, analyseres fem sekvenser fra ulike episoder i serien. Hensikten med analysen er å kartlegge hvordan kjendisene tar i bruk autentisitetsstrategier for å kunne oppfattes som autentiske og troverdige. I tillegg blir det diskutert hva slags tilskuerengasjement kjendisene legger opp til, noe som imidlertid også spiller inn for hvordan de oppfattes som autentiske. Utover det belyser oppgaven også sentrale etiske aspekter ved bruk av kjendiser i humanitær kommunikasjon.

Hovedfunnene tilsier at kjendisene i Motherhood i stor grad oppfattes som autentiske og troverdige i måten de opptrer på. Ved at de selv er til stede i Nepal og kobles til de lidende gjennom morsrollen, snakker de om og formidler historiene og lidelsen på en autentisk, lidenskapelig og engasjerende måte. Funnene slår imidlertid også fast viktigheten av å ha et kritisk blikk på hvordan lidelsen fremstilles når kjendiser står i sentrum. Det går også frem i oppgaven at Motherhood kan kategoriseres som egen sjanger under feltet kjendis-humanitarisme. Denne sjangeren kjennetegnes av at kjendisen står i sentrum, men der kjendisens rolle som en hjelper, blandes med en intimitet som oppstår mellom kjendisen og den lidende, som resultat av den sterke affiniteten og tilhørigheten til hverandre gjennom det å være mor. I tillegg går det klart frem at tilskuerengasjementet her avhenger av en identifikasjon med kjendisen som person.

FORORD

Først og fremst vil jeg gi en stor takk til veilederen min, Siri Hempel Lindøe. Tusen takk for din uvurderlige gode hjelp og støtte underveis i prosessen. Du har både utfordret, inspirert og motivert meg fra start til slutt. Jeg føler meg heldig som har fått ha en så dyktig veileder som deg.

Jeg vil også gi en stor takk til familie og venner, for all god støtte og oppmuntring dere har gitt meg underveis. Til Jonas og nærmeste familie, som har måtte holde ut med mine oppturer og nedturer, men som med sine motiverende og oppmuntrede ord stadig har gitt meg mer og fornyet tro på meg selv, og vist at det alltid er lys i enden av tunnelen. Til gode venner for god støtte, gode råd og oppmuntring. Og ikke minst, til Nina og Katrine, tusen takk for korrekturlesing og gode faglige tilbakemeldinger underveis i skriveprosessen.

Å dykke ned i feltet humanitær kommunikasjon, et felt jeg brenner for, har vært utrolig spennende, og gitt meg mye ny verdifull kunnskap jeg nå tar med meg videre på veien!

Anine Bentsen

Kristiansand, desember 2020

INNHALDSFORTEGNELSE

1 INNLEDNING	1
1.1 KJENDIS-HUMANITARISME OG AUTENTISK ENGASJEMENT	1
1.2 PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL	2
1.3 MOTHERHOOD OG DENS KONTEKST	4
1.4 BEGREPSAVKLARING OG BAKGRUNN FOR VALG AV TEORI	5
1.5 OPPGAVENS STRUKTUR	6
2 TEORI	6
2.1 KJENDIS-HUMANITARISME	7
2.2 KJENDISIFISERING OG KJENDISERS EVNE TIL Å ENGASJERE	8
2.3 KJENDISER OG AUTENTISITET	10
2.3.1 Autentisitetsstrategier	11
2.3.2 Ulike fortellerstiler for å fremstå som autentisk.....	12
2.3.3 Mer autentisk – mer effektiv i å knytte tilskuerne til lidelsen?	13
2.4 FREMSTILLING AV LIDELSE OG TILSKUERENGASJEMENT	14
2.4.1 En problematisk tilskuerposisjon	14
2.4.2 Lidelsens topoi som engasjementstilbud.....	15
2.4.3 Humanitære appellformer.....	17
2.5 ETISKE ASPEKTER I HUMANITÆR KOMMUNIKASJON	20
2.5.1 Kritikk av appellformer.....	20
2.5.2 Narsissismekritikken.....	21
2.5.3 To rådende diskurser.....	21
3 METODE	23
3.1 EMPIRISK UTVALG OG AVGRENSNING	23
3.2 KVALITATIV TEKSTANALYSE OG FORSKERENS ROLLE	24
3.3 ANALYSENS OG DRØFTINGENS FREMGANGSMÅTE	25
4 EMPIRI	26
4.1 MOTHERHOOD	26
4.1.1 Fortellingen.....	27
4.1.2 Hovedkarakterer	27
4.1.3 Fortellerrollen.....	28
4.2 HISTORIENE SOM FORTELLES	29
4.3 NÅR SJANGEREN UTFORDRES	31

5 ANALYSE AV AUTENTISITETSSTRATEGIER I MOTHERHOOD	33
5.1 ETABLERING AV MORSROLLEN VED AVREISE TIL NEPAL	33
5.2 ERFARINGEN SOM MOR FORSTERKER MORSROLLEN	35
5.3 SKAPER AUTENTISK ENGASJEMENT MED KROPPSLIG INNLEVELSE	38
5.4 STERKE FØLELSER FOR DEN LIDENDE FORSTERKER DET AUTENTISKE.....	44
5.5 FÅR KJENNE PÅ KROPPEN HVORDAN DET ER Å VÆRE KVINNE OG MOR I NEPAL	47
5.6 OPPSUMMERING	52
6 DRØFTING AV TILSKUERENGASJEMENT OG ETISKE UTFORDRINGER	53
6.1 TILSKUERENGASJEMENT OG LIDELSENS TOPOI.....	54
6.1.1 Reise ut for å lære av andre mødre.....	54
6.1.2 Lidende barn i sentrum.....	55
6.1.3 Kulturelle tradisjoner og tilskuerengasjement som ender i fordømmelsens topos	56
6.1.4 Kasteløs og ingen alternativ – fra fordømmelsens til medfølelsens topos.....	57
6.1.5 Når kjendisene påtar seg rollen som hjelpere	58
6.1.6 Peker serien seg ut som en egen sjanger?.....	60
6.2 ETISKE UTFORDRINGER I MOTHERHOOD.....	61
6.2.1 Kjendisene i sentrum av fremstillingen	61
6.2.2 Fremstår lidenskapelige i møte med lidelsen	62
6.2.3 Objektivisering av lidelsen?	63
6.2.4 Lener seg på en post-humanitær stil	63
7 KONKLUSJON OG UTBLIKK.....	64
7.1 OPPSUMMERING.....	64
7.2 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING.....	66
8 REFERANSER	67

1 INNLEDNING

1.1 KJENDIS-HUMANITARISME OG AUTENTISK ENGASJEMENT

I flere tiår har kjendiser verden over engasjert seg for humanitære saker, internasjonal utvikling og veldedighetsarbeid. Og stadig flere gjør det. Som Jo Little legger det frem: «Offering support for global charities has become practically part of the contemporary celebrity job description and a hallmark of the established star» (2008, s. 237). Flere av dem har blitt anerkjente globale aktivister. Den verdenskjente skuespilleren George Clooney har kjempet mot den Sudanske regjeringen for forbrytelser begått av regjeringsmilitser i landet, mens Jessica Lange og Angelina Jolie, også berømte skuespillere, har besøkt og distribuert hjelp til flyktningleirer blant annet i Den demokratiske republikken Kongo. Og artisten Bono, mest kjent fra U2, er anerkjent for sitt store engasjement i kampen mot HIV/AIDS i flere land i Afrika. Fra korridorene i de forente nasjoner (FN), til slummen i Nairobi og Luanda, blir store filmstjerner, artister og idrettshelter stadig mer aktive i humanitære kampanjer mot fattigdom og nød (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 255). Ved å engasjere seg i humanitære saker, får de et større personlig nettverk, økt troverdighet og internasjonal innflytelse. Slik er de også med og setter dagsorden for globale humanitære saker (Cooper, 2007, s. 125-127). Kjendis-aktivisme gjenspeiler også kjendisers egeninteresser, da det i økende grad er personlige interesser som styrer engasjementene deres. Store pengegaver og reiser til fattige land får ofte mye omtale, og store stjerner har filantropiske rådgivere som organiserer møter, forbereder hva kjendisene skal si, og bestemmer prioriteringene deres. Noen kjendiser er minst like opptatt av å promotere seg selv, som de er av filantropi¹, noe som også vil spille inn på ektheten og troverdigheten deres. Ektheten og troverdigheten av kjendisers engasjement varierer stort, men det er mange tilfeller der de gjenspeiler ekte interesser (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 261). At kjendiser engasjerer seg, gagner derimot ikke bare kjendisen selv. Det kan også gi humanitære organisasjoner anerkjennelse og økt troverdighet som følge av engasjementet kjendisene skaper. Men, på samme tid kan det også gjøre organisasjonene sårbare (Glanville, 2017). En fallgrube er at den såkalte kjendiseffekten kan føre til at budskapet kjendisene formidler, i stor grad forenkles, og dersom kjendisene ikke oppfattes som ekte og troverdige, kan det i verste fall svekke saken. Å ha en kjendis i sentrum av formidlingen av lidelsen er derfor ingen garanti for at tilskuerne overbevises (Scott, 2014). Det som derimot betyr noe, er kvaliteten på kjendisens engasjement, og hvordan budskapet formidles og begrunnes, i tillegg til hvordan

¹ Filantropi innebærer å handle til beste for andre, uten å tenke over økonomisk vinning (Unicef, 2020a).

tilskuerne oppfatter og tolker budskapet. For å engasjere og overbevise, må kjendisene oppfattes som autentiske og troverdige i den bestemte opptreden (Brockington, 2014; Chouliaraki, 2012; Richey & Ponte, 2011). Hva slags tilskuerengasjement kjendisene legger opp til, spiller også inn for hvordan de oppfattes som autentiske og troverdige. Inviterer kjendisen tilskuerne til å handle ut ifra følelser basert på sympati og medlidenhet, eller kanskje solidaritet? Eller bygges det opp en følelse av sinne og indignasjon? Kanskje er det en blanding. En ting som er sikkert, autenticitet er et omstridt tema når kjendiser engasjerer seg i humanitære saker, og det er ikke gitt at kjendiser oppfattes som ekte og autentiske. I stedet for å spørre om hvorvidt kjendiser virkelig bryr seg om det de engasjerer seg i, mener Dan Brockington at det heller bør spørres om hvordan kjendiser opptrer og hva de gjør for å oppfattes som ekte og autentiske (2014, s. 11).

Ved å undersøke hvordan de to norske bloggerne Marna Haugen Burøe og Mia Charlotte Johnsen engasjerer seg og opptrer i den humanitære kampanjen og serien «Motherhood», har denne oppgaven som mål å gi en bedre forståelse for hvordan vi kan oppfatte kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker som autentiske og troverdige. Den har også som mål å kartlegge hvordan serien plasserer seg sjangermessig innenfor feltet kjendis-humanitarisme.

Et engasjement anses for å være autentisk når det fremstår som ekte, genuint og oppriktig, og autenticitet her knyttes til hva tilskuerne anser som autentisk. Å opptre autentisk er derfor en skjør handling, og som Anne Jerslev påpeker: «emotions become true only when they are made so by a performer and accepted to be so by an audience» (2014, s. 176).

Motherhood ble laget for den humanitære organisasjonen Strømmestiftelsen og den norske avisen Aftenposten i 2017. Serien handler om de to norske bloggerne og småbarnsmødrene Marna Haugen Burøe og Mia Charlotte Johnsen (heretter Marna og Mia), som reiser til Nepal for å finne ut forskjellene mellom det å være mor i et rikt land i verden, og mor i et fattig land som Nepal. Serien ble valgt ut fordi den belyser interessante aspekter ved bruk av kjendiser i humanitær kommunikasjon, og fordi den involverer norske kjendiser og engasjerer et norsk publikum.

1.2 PROBLEMSTILLING OG FORSKNINGSSPØRSMÅL

Motherhood med Marna og Mia befinner seg i et stort landskap blant mange kjendisopptredener. Skiller den seg ut i måten den engasjerer på, eller trekker den paralleller til andre opptredener? Og fremstår Marna og Mia som autentiske i måten de engasjerer på? Etter hvert som disse

spørsmålene dukket opp, ble jeg stadig mer nysgjerrig på hvor Motherhood befinner seg i dette landskapet, og hvordan Marna og Mia oppfattes som autentiske i serien, hvis de i det hele tatt kan det. For å undersøke dette er problemstillingen som følger:

Hvordan plasserer Motherhood seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, med særlig vekt på autentisk engasjement?

For å kunne gi et utfyllende svar på problemstillingen har jeg også utviklet to forskningsspørsmål som jeg skal undersøke. Det første omhandler autentisk engasjement, og hvordan Marna og Mia oppfattes som autentiske i serien. Ifølge Dan Brockington (2014) er ikke et ekte og autentisk kjendisengasjement noe som er gitt innenfor kjendisens karakter, erfaring, historie eller ekspertise. Det er snarere et potensiale kjendisen har som må anerkjennes og settes i kraft, og fremføres til media. Det første forskningsspørsmålet er derfor:

1. Hvordan tar Marna og Mia i bruk autentisitetstrategier for å opptre og fremstå som autentiske i Motherhood?

Med utgangspunkt i autentisitetstrategier utviklet av Dan Brockington (2014), vil jeg analysere Marna og Mias opptreden i serien. Målet med analysen er å kartlegge hvordan de opptre og hvilke autentisitetstrategier de benytter for å opptre og fremstå som autentiske. Kjendisenes opptreden bedømmes ut ifra graden av erfarings- eller ekspertautoritet, affinitet og tilhørighet, empati og sympati, med de lidende andre.

Det er imidlertid ikke bare hvordan kjendisene bygger autentisitet jeg finner interessant i forhold til kjendis-humanitarisme. Hvordan lidelse fremstilles når kjendisen står i sentrum, og hva slags tilskuerengasjement kjendisene legger opp til, spiller også inn for hvordan tilskuerne oppfatter kjendisene som autentiske og troverdige. Det andre forskningsspørsmålet er derfor:

2. Hva slags tilskuerengasjement legger Marna og Mia opp til i Motherhood?

For å besvare dette anvender jeg Luc Boltanskis (1999) teoretiske rammeverk om 'lidelsens topoi', som innebærer hvordan lidelse kan fremstilles for å legge opp til et tilskuerengasjement og en akseptabel tilskuerposisjon. Her vil jeg drøfte hva slags tilskuerengasjement Marna og Mia

legger opp til i serien. Lener serien seg til et av de etablerte lidelses topoi, eller er det noe som samsvarer med en ny sjanger? Det vil bli besvart i drøftingen i kapittel 6.

Når kjendiser brukes i humanitær kommunikasjon kan det imidlertid føre med seg en rekke etiske utfordringer med tilskuerengasjementet. Det gjør det også i Motherhood. Derfor vil det helt til slutt også foretas en etisk drøfting om fokuset på Marna og Mia versus de lidende i serien.

1.3 MOTHERHOOD OG DENS KONTEKST

Motherhood er en kampanje der de to norske bloggerne og småbarnsmødrene Marna Haugen Burøe og Mia Charlotte Johnsen, reiser til Nepal for å finne ut forskjellene mellom det å være mor i et vestlig land i verden, og mor i et fattig land som Nepal.

Produsenten Hacienda Film presenterer kampanjen slik: «Vi tok dem [Marna og Mia] med til Nepal for å møte kvinner og mødre som er utsatt for systematisk undertrykkelse, fattigdom og tvungne tradisjoner som strider med våre moralske og etiske verdier. Voldelige fedre, egne hytter for kvinner som har mensesystem, kastesystem, prostitusjon. Hva er deres historier? Hva tenker de om situasjonen de er i? Hvordan er det mulig å leve livet slik de gjør? Og ikke minst, hva sier det om hvor langt vi er villig til å strekke oss i en håpløs situasjon slik at barna våre kan få et bedre liv enn oss?» (Hacienda Film, u.å.).

Motherhood-kampanjen ble produsert for Aftenposten, av Hacienda Film, i samarbeid med den humanitære bistandsorganisasjonen Strømmestiftelsen. Serien presenteres som en dokumentarserie og kan ses i sin helhet på Aftenpostens nettsider². Episodene er også tilgjengelige på Strømmestiftelsen sine nettsider. Aftenposten TV trekker på sjangeren til tradisjonelt fjernsyn, men da det er en web-TV-serie, kan episodene strømmes digitalt når brukeren selv ønsker å se innholdet. Motherhood er en kronologisk fortelling, der Marna og Mia fungerer som bærende karakterer og fortellere, som skaper dramatisk fremdrift i serien. Temaet er morsrollen, og målet er å skape et tilskuerengasjement og gjøre det umulig for tilskueren å bla seg forbi de sterke historiene og lidelsen, uten å stoppe opp og se. Serien består av én trailer og fem episoder. Traileren ble sluppet 19. oktober 2017, og de fem episodene kom ut 25. oktober 2017.

² www.ap.no/motherhood

1.4 BEGREPSAVKLARING OG BAKGRUNN FOR VALG AV TEORI

Temaet for oppgaven er kjendis-humanitarisme og humanitær kommunikasjon. Ifølge Lindøe kan humanitarisme forstås som «holdninger og handlinger som reflekterer et moralsk engasjement rettet mot å redusere lidelse hos mennesker man ikke allerede står i en nær sosial forbindelse med, og som i denne sammenhengen blir omtalt som ‘fjerne andre’» (2016, s. 32). I kjendis-humanitarisme er det kjendiser som står i sentrum av et slikt moralsk engasjement.

Begrepet ‘fjerne andre’ står dermed også sentralt i oppgaven. Det refererer ikke til bestemte grupper av mennesker i en bestemt del av verden, men til personer som er konstruert for å være både geografisk, sosialt, kulturelt og moralsk fjernt fra tilskuerne, og som kun vises for tilskuerne gjennom media (Silverstone, 2006, s. 109, i Scott, 2014, s. 451). I tillegg er også begrepet ‘lidende andre’ sentralt. Dette kan forstås i tråd med ‘fjerne andre’, og brukes i sammenhenger der media og humanitære organisasjoner skildrer andres lidelse, ofte for å appellere til tilskuernes medfølelse. Ved å for eksempel bruke levende bilder utfordres tilskuerne til å inkludere fremmede i sin moralske bevissthet (Höijer, 2004, s. 515).

Av teori som omhandler kjendiser i humanitær kommunikasjon, vektlegger jeg Lilie Chouliarakis perspektiv på dette. Jeg benytter artikkelen hennes *The Theatricality of Humanitarianism: A Critique of Celebrity Advocacy* (2012) i tillegg til boken *The Ironic Spectator* (2013). Av teori om humanitær kommunikasjon benytter jeg meg av artikkelen hennes *Post-humanitarianism: Humanitarian communication beyon a politics of pity* (2010). Hun definerer humanitær kommunikasjon som «the rhetorical practices of transnational actors that engage with universal ethical claims, such as common humanity or global civil society, to mobilize action on human suffering» (Chouliaraki, 2010, s. 108).

Kjendisers autenticitet står også sentralt i oppgaven. Av teori om dette vektlegger jeg Anne Jerslevs artikkel *Celebrification, Authenticity, Gossip: The celebrity humanitarian* (2014) og Dan Brockingtons bok *Celebrity Advocacy and International Development* (2014). Kjendisers autenticitet her er i tråd med deres tilnærming til dette, som dreier seg om hvordan tilskuerne oppfatter kjendisene for å være genuint forpliktet til saken når de engasjerer seg. For å bedømme hvordan Marna og Mia kan oppfattes som autentiske i Motherhood, benytter jeg autenticitetsstrategier utviklet av Brockington (2014).

Et annet teoretisk rammeverk som får mye plass i oppgaven er Luc Boltanskis 'lidelsens topoi', som han tar for seg i boken *Distant Suffering. Morality, Media and Politics* (1999). Dette knytter jeg til hvordan Marna og Mia legger opp til tilskuerengasjement i Motherhood. Boltanski anser det i utgangspunktet som problematisk at tilskuerne stilles overfor fjerne andres lidelse i mediene, fordi tilskuerne da vil ende opp med å kun være vitne til og betrakte lidelsen, uten å ta stilling til den, og gjøre noe for å lindre eller stoppe den. Han mener fremstilling av lidelse kun vil være akseptabelt når det fører til handling hos tilskueren (Boltanski, 2011, s. 158). Han knytter imidlertid dette til lidelsens topoi, og ulike former for fremstilling av lidelse. Disse formene betegner han som fordømmelsens topos, medfølelsens topos og estetikkens topos, som er etablerte mønstre for fremstilling av lidelse som legger opp til et tilskuerengasjement og en legitim tilskuerposisjon (Boltanski, 1999; Lindøe, 2016, s. 15-16). Jeg supplerer dette med Siri Lindøes doktorgradsavhandling *Lidelse på TV* (2016), der hun også benytter seg av Boltanskis tankesett om lidelsens topoi, og hvordan det legger opp til akseptable former for tilskuerengasjement.

1.5 OPPGAVENS STRUKTUR

Oppgaven er delt inn i syv kapitler, inkludert innledningskapitlet. Følgende kapittel er viet til teori, etterfulgt av kapitler om metode og empiri. Deretter følger et kapittel med analyse, og et drøftingskapittel om seriens tilskuerengasjement og etiske utfordringer basert på funn i analysen. Det siste kapitlet oppsummerer de viktigste funnene fra analysen og drøftingen, og inneholder også avsluttende refleksjoner og forslag til videre forskning innenfor feltet.

2 TEORI

For å undersøke hvordan den humanitære kampanjen Motherhood plasserer seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, med særlig vekt på autentisk engasjement, tar jeg i bruk et utvalg av teori. Først i teorikapitlet gir jeg en introduksjon til feltet kjendis-humanitarisme, før jeg trekker inn teori om 'kjendiser' og hva det innebærer. Deretter følger teori om autenticitet, og hva som gjør at kjendiser kan oppfattes som autentiske, før jeg til slutt presenterer teori om lidelsens topoi, og hvordan lidelse må fremstilles for å legge opp til et tilskuerengasjement og en moralsk akseptabel tilskuerposisjon.

2.1 KJENDIS-HUMANITARISME

Som nevnt innledningsvis, engasjerer stadig flere kjendiser seg verden over for humanitære saker, internasjonal utvikling og veldedighetsarbeid (Kapoor, 2013, s. 1). På grunn av synligheten deres kan de øyeblikkelig rette oppmerksomhet mot viktige globale saker, og hvordan hjelpe fjerne lidende i fattige deler av verden. De kan også fungere som formidlere mellom tilskuere og politiske bevegelser, og de kan brukes til å kommunisere komplekse globale politiske og økonomiske strukturer på en enklere og lett forståelig måte (Jerslev, 2014, s. 171). Samtidig som de markedsfører seg selv som 'humanitære kjendiser', styrker de også merkevareidentiteten deres, som igjen vil øke kjendisens verdi i underholdningsbransjen (Turner, 2004; Marshall, 1997 & Kapoor, 2013, i Jerslev, 2014, s. 171).

I følge Huliaras & Tzifakis er det flere eksterne faktorer som forklarer den store fremveksten av kjendis-humanitarisme de siste tiårene, deriblant FN (2010, s. 259). Det var først på 1950-tallet at UNICEF, som er en del av FN, innførte sitt 'goodwill' ambassadør-konsept, med den amerikanske skuespilleren Danny Kaye som deres første ambassadør. UNICEF forklarer rollen til goodwill-ambassadører med:

UNICEF's celebrities [...] all share a commitment to improving the lives of children worldwide [...] They can make direct representations to those with the power to effect change. They can use their talents and fame to fundraise and advocate for children and support UNICEF's mission to ensure every child's right to health, education, equality and protection (UNICEF, 2020).

Konseptet har vært en stor suksess, og mange stjerner har siden fulgt i Kayes fotspor. På slutten av 1980-tallet og begynnelsen av 1990-tallet, gikk Audrey Hepburn, med sitt store engasjement for barns rettigheter, frem som en rollemodell for kjendisers involvering med humanitære spørsmål. Etter dette har konseptet hatt en enorm suksess, og særlig etter 1997, økte antallet goodwill-ambassadører betraktelig, og konseptet ble også videreført til andre FN-organisasjoner (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 259-260). Denne økningen skyldtes den daværende generalsekretæren Kofi Annans beslutning om å ta grep om all kritikken som forelå mot FN på denne tiden. Annan anså denne kritikken som et PR-problem, og bestemte seg dermed for å mobilisere enda flere kjente stjerner for å overtale motvillige regjeringer og inspirere verdenssamfunnet til å støtte FN sitt arbeid. FN har siden da mobilisert og engasjert et spektakulært antall skuespillere, forfattere, artister og idrettsstjerner i utstrakt grad for å kaste lys

over, og skape engasjement rundt humanitære saker og globale utviklingsspørsmål (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 259-260).

I tillegg til FN, er det også mange andre internasjonale humanitære organisasjoner som bruker kjendiser som en offisiell kommunikasjonsstrategi. Kjendiser kan enklere påvirke og styre hva det skal rettes oppmerksomhet mot, da de kan skape overskrifter i mediene i tillegg til å enklere nå ut til viktige beslutningstakere (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 259-260; Chouliaraki, 2013, s.78).

På individuelt nivå kan den store fremveksten av kjendis-humanitarisme forklares med at stadig flere kjendiser engasjerer seg i humanitære saker for å opprettholde kjendisstatusen sin, og et godt image. Kjendis-humanitarisme kan også gjenspeile kjendisers egeninteresser, som for eksempel å villedde oppmerksomheten fra eventuelle tidligere personlige skandaler (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 261). På samme tid vil det også føre med seg økt publisitet. Eksempelvis vil bilder av kjendiser i et krigsfylt afrikansk land omringet av underernærte afrikanske barn, umiddelbart tiltrekke seg mye oppmerksomhet (Huliaras & Tzifakis, 2010, s. 260). Ikke alle kjendiser, som for eksempel de største stjernene, har behov for den økte publisiteten, men de vil uansett alltid ha behov for å kontrollere merkevaren sin. Derfor vil det å engasjere seg i veldedige saker for mange være en del av den offentlige 'personaen' de dyrker (Brockington, 2014, s. 10). Persona her knyttes til kjendisens personlighet og image, og det Horton og Wohl (1956) beskriver som en mediert personlighet av kjendisen som skal sørge for at publikum oppfatter kjendisen som troverdig (Horton & Wohl, 1956, s. 216-217).

2.2 KJENDISIFISERING OG KJENDISERS EVNE TIL Å ENGASJERE

Kjendiser har evne til å engasjere et mye bredere publikum enn humanitære organisasjoner. I motsetning til hva organisasjoner ofte gjør, henvender ikke kjendiser seg bare til et bevisst politisk reflektert publikum. De henvender seg også til fanskaren sin, som ikke nødvendigvis er interessert og engasjert i global politikk, men som følger med på hva den bestemte kjendisen driver med. Dermed blir kjendiser, enten de er representert som humanitære kjendiser i nyhetsmediene, eller omtalt på et kjendisnettsted, dannet og transformert gjennom det Jerslev kaller *processes of celebrityfication*, oversatt til kjendisifiserings-prosesser, som dreier seg om hvordan ordinære mennesker blir kjendiser (2014, s. 172). Jeg kommer nærmere inn på dette lenger ned.

Chris Rojek definerer kjendis som «the attribution of glamorous or notorious status to an individual within the public sphere» (2001, s. 10). Graeme Turner definerer det på en lignende, men mer kategorisk måte:

«we can map the precise moment a public figure becomes a celebrity. It occurs at the point at which media interest in their activities is transferred from reporting on their public role (such as their specific achievements in politics or sport) to investigating the details of their private life» (2004, s. 8).

Kjendis kan forstås som et hav av mening, der alle offentlige opptredener tar del i kjendisdiskursen og bidrar i konstruksjonen av kjendisen som en populær kulturperson, eller rettere sagt en populær kulturell persona, som skapes av kjendisens agenter, PR-team og kjendisen selv, for å konstruere et tydelig bilde av hvem kjendisen er (Jerslev, 2014, s. 173).

Anne Jerslev (2014) trekker frem at kjendiser kan forstås både som en offentlig person(a) i populærkulturen, og som en prosess eller praksis, der kjendisens betydning produseres og forhandles frem. Forstått som en prosess eller praksis, forklarer hun at kjendis er: «a doing in and through the media in a continuous – public or more concealed – negotiation, even struggle, with PR people, the media, fans and the celebrity over the meaning of the persona – or the celebrity subjectivity. Hence, celebrity practice involves struggles over power» (Jerslev, 2014, s. 173). Om denne praksisen eller prosessen, bruker Jerslev begrepet 'celebrification' (2014, s. 173), oversatt til kjendisifisering. Hun betegner det som en prosess som foregår på tvers av ulike kulturer som både produserer og reproduserer kjendiser, og kan på den måten også gjøre bloggere og andre brukere på sosiale medier om til kjendiser. I følge Jerslev er slike prosesser strukturert i tråd med det hun kaller kjendislogikk der det ordinære og ekstraordinære ved kjendisens utseende og offentlige og private liv utgjør og former innholdet i kjendiskulturen. Kjendisifisering dekker de kontinuerlige prosessene som foregår på tvers av media, både produksjon av kjendis og hvordan en kjendis opprettholdes som kjendis gjennom samhandling mellom media, publikum og kjendisen selv. Kjendisifisering vil dermed være utenkelig uten media, og som Jerslev påpeker vil ikke kjendiser som engasjerer seg i veldedige saker og som goodwill-aktivister kunne unngå dette (2014, s. 174).

Kjendis-humanitarisme er en bestemt form for kjendisifiserings-prosess, og er dermed både en måte å produsere og reproducere kjendis på, en måte for kjendiser å utmerke seg på, et middel

for å tilegne seg symbolsk kapital, styrke fanskaren, og for å dyrke kjendisens persona. Men, det er ikke nødvendigvis gitt at man ved å se på kjendis-humanitarisme som en kjendisifiseringsprosess, vil kunne oppfatte kjendisene som engasjerte og respekterte i det de engasjerer seg i (Cooper 2008, i Jerslev, 2014, s. 175). Det å engasjere seg i humanitære saker kan på mange måter være risikabelt for kjendiser, da det utfordrer de såkalte kjerneparameterne i kjendisens persona, nemlig ekthet og autenticitet (Jerslev, 2014, s. 175).

2.3 KJENDISER OG AUTENTISITET

Ifølge Dan Brockington (2014) er autenticitet et omstridt tema når det gjelder kjendiser som engasjerer seg for humanitære saker. Han påpeker at det ikke er gitt at kjendiser oppfattes som ekte og autentiske, og i stedet for å spørre hvorvidt kjendiser virkelig bryr seg om det de engasjerer seg i, bør det heller spørres om hvordan kjendiser opptrer og anerkjennes, og hva de gjør, for å oppfattes som ekte og autentiske (Brockington, 2014, s. 11). I følgende kapittel vil jeg trekke frem ulike perspektiver ved kjendiser og autenticitet, og hvordan kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker opptrer for å oppfattes autentiske. Dette vil jeg bruke i analysen, for å undersøke hvordan kjendisene i Motherhood-kampanjen opptrer for å oppfattes som autentiske.

Autenticitet kan ifølge Anne Jerslev (2014) forstås som: «a social and relational endeavor; it is not something inherent in a person but rather an impression that is intercommunicatively negotiated» (s. 176). Autenticitet her dreier seg om hva tilskuerne oppfatter som autentisk, og dermed er autenticitet eller oppriktighet en skjør handling. Eksempelvis vil følelser kun oppfattes for å være ekte og sanne når de uttrykkes på en måte der tilskuerne oppfatter de som ekte og sanne (Jerslev, 2014, s. 176).

I mange tilfeller der kjendiser engasjerer seg for humanitære saker og kommer opp og frem i lyset, stilles det spørsmål rundt troverdigheten deres. Derfor er det vanlig at organisasjonene de engasjerer seg gjennom sørger for at saken kjendisen promoterer eller engasjerer seg i, samsvarer med kjendisens persona. Derfor kobles ofte kjendiser til saker de kan relatere seg til personlig, for eksempel en krefthistorie, eller andre saker som passer kjendisens persona på andre måter (Jerslev, 2014, s. 176).

Når kjendiser engasjerer seg i humanitære saker, vil det alltid være et mål å bli oppfattet som autentisk og troverdig. For å gjøre det, motiveres kjendisen av personlige følelser og erfaringer, eventuelt moralske følelser av hva som er rett og galt, som gjør at de velger å støtte veldedighet, bli talsperson for en god sak, eller bli en viktig aktør i den globale utviklingspolitikken (Jerslev,

2014, s. 177). Å være vitne til lidelsen er spesielt viktig for å kunne oppfattes som autentisk. Ved å kunne si «jeg har selv vært der», gjør kjendisen autentisk, og gir ham eller henne rett til å snakke om det som skjedde (Jerslev, 2014, s. 177).

Dan Brockington (2014) forklarer at et ekte og autentisk kjendisengasjement ikke er noe som er gitt innenfor kjendisens karakter, erfaring, historie eller ekspertise, men snarere et potensiale kjendisen har som må anerkjennes og settes i kraft og fremføres til media. Dermed handler det om å samle et overkommelig og troverdig sett med assosiasjoner, erfaringer, forbindelser og innsikt, for å fremstå som autentisk (Brockington, 2014, s. 11).

2.3.1 Autentisitetsstrategier

Brockington (2014) foreslår fire kriterier eller strategier som kan benyttes for å bedømme hvordan kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker kan oppfattes som autentiske, og hvor autentiske de fremstår. Disse strategiene brukes i analysen for å undersøke hvordan Marna og Mia i *Motherhood* kan oppfattes som autentiske. Den første er strategien om erfarings- eller ekspertautoritet, som innebærer at kjendisen har erfaring eller nødvendig kunnskap som gir spesiell innsikt i andres tilstand, og som gir dem autoritet til å snakke om det. Den andre handler om affinitet eller tilhørighet, som innebærer at man har en strukturell likhet med den eller de andre, for eksempel gjennom det å være mor. Den tredje dreier seg om empati, som er de delte følelser man har med andre, som kan være et resultat av delte opplevelser eller affinitet. Den siste strategien dreier seg om sympati, som er følelser man får som følge av andres lidelse (Brockington, 2014, s. 106).

Strategien om erfaringsautoritet anses ofte for å være den sterkeste autentiseringsstrategien (Jerslev, 2014, s. 177). Her er det gjerne erfaringer man har gjort seg som autentiserer, for eksempel ved å ha vært vitne til noe og lært av det. Ved å ha vært det flere ganger, fremstår det som mer ekte. Eksempel på dette er journalisten Cathy Newman fra Channel 4, som reiste sammen med Angelina Jolie til Kongo, og nøye konstruerte kjendisen som ekspert og derav som pålitelig ved å understreke: «For more than a decade she's been visiting refugee camps around the world. She's done so in more than 40 countries» (Newman, 2013, i Jerslev, 2014, s. 177).

Strategien om affinitet og tilhørighet er også mye brukt. Dette til tross for risikoen for at den kan slå tilbake på kjendisen selv, ved å rette oppmerksomheten bort fra selve saken og sentimentalt tilbake på kjendisen, for eksempel ved å autentisere omsorg for barn i katastrofeområder ved å referere til kjendisen som mor. Et eksempel på denne strategien er å bli sett på som en vanlig, ordinær person, og ikke som en berømt kjendis. Da diskurser om 'ordinærhet' anses for å være

avgjørende for at den såkalte kjendislogikken skal fungere, er det en åpenbar og avgjørende strategi å koble autentisitet til ordinærhet. Et annet eksempel som også er hentet fra Cathy Newman, illustrerer og forsikrer tilskuerne om at Angelina Jolie ikke får noen stjernebehandling når hun er på feltreiser, men at hun vil reise og overnatte på like premisser som de andre. Å benytte strategiene om empati og sympati vil være tegn på omsorg, dersom de utføres av kjendiser som behersker emosjonalitet. Her viser de at de er berørt gjennom å uttrykke følelser og formidling av intimiteten som oppstår mellom kjendisen og den lidende. Slik kan de dessuten avsløre den private personen bak kjendispersonligheten, og konstrueres som et ordinært menneske, som blir et bedre, mindre selvsentrert menneske av å gjøre veldedighetsarbeid (Jerslev, 2014, s. 177).

2.3.2 Ulike fortellerstiler for å fremstå som autentisk

I en empirisk analyse av Audrey Hepburn og Angelina Jolie sine engasjement for FN-organisasjonene UNICEF og UNHCR, viser Lilie Chouliaraki (2012; 2013) hvordan kjendiser belager seg på ulike fortellerstiler, for å fremstå som autentiske og bevege tilskuerne emosjonelt. Hun poengterer at det er avgjørende at kjendisen oppfattes som autentisk, for at han eller hun skal lykkes i rollen sin med å engasjere og overbevise tilskuerne. Det går også frem av analysen hennes at måten kjendiser engasjerer seg i humanitære saker på har endret seg med tiden (Chouliaraki, 2013, s. 89). Som to av de mest profilerte Hollywood-stjernene gjennom tidene, anses Hepburn og Jolie for å være de to sterkeste humanitære profilene i FNs historie. Audrey Hepburn var goodwill-ambassadør for UNICEF fra 1988-1993 (Chouliaraki, 2013, s. 82), mens Jolie var ambassadør for FNs høykommissær for flyktninger (UNHCR) fra 2001-2012. I 2012 ble hun utnevnt som spesialutsending for UNHCR (UNHCR, 2020).

Både Hepburn og Jolie er store stjerner i sin tid, og måtene de har engasjert seg for FN på, illustrerer hvordan kjendis-humanitarisme har endret seg over tid. Chouliaraki viser at koblingen man får til de lidende, avhenger av stilen og måten kjendisen opptrer på. Det som hovedsakelig kjennetegner Hepburn sin stil og måten hun engasjerte seg på, var at hun trakk oppmerksomheten bort fra hennes egen kjendisstatus, og gjennom skuespillerferdighetene hennes fremhevet hun behovene til fattige mennesker i fattige land. Hun rettet oppmerksomheten mot seg selv ved å snakke om hennes respons på det hun selv hadde sett, og empatien hun hadde med de lidende, basert på hennes egne opplevelser rundt det å vokse opp under krig, men hun gjorde det på en profesjonell måte. Hun belaget seg på en objektiv fortellerstil, som innebar at hun fortalte historier om lidelse på en måte med god veltalighet, god

uttalelse, rytme og pause, og uten å vise sterke følelser mens hun talte. Chouliaraki betegner Hepburns persona som ‘ambassadorial’, som er i tråd med FNs posisjon, der hun snakker på vegne av et bredere humanitært prosjekt, og drar nytte av kjendisstatusen sin for å maksimere effekten av budskapet (2012, s. 13). Hennes personifiseringsstil derimot, kan karakteriseres som ‘ceremonial’, da den belager seg på å fremstille lidelse gjennom de profesjonelle skuespillerferdighetene hennes, som dyktig språkbruk og god veltalenhet, blottet for personlige følelser (Chouliaraki, 2012, s. 15). Jolie på sin side, rettet oppmerksomheten mer mot hennes egen kjendisstatus og personlige respons på lidelsen hun hadde sett. Arbeidet hennes med UNHCR er bare en liten del av hennes mange veldedige handlinger, donasjoner og politiske engasjement som har vært synlig for offentligheten. På lik linje som Hepburn, kommuniserer også Jolie lidelse og følelser gjennom dyktig språkbruk og god veltalenhet, men hun er mer lidenskapelig i sin fortellermåte og viser mer følelser, da hun ofte bryter sammen eller holder igjen tårer mens hun snakker. Chouliaraki betegner denne stilen som ‘confessional’ (2012, s. 15). Slik synes Jolies personifisering av lidelsen å smelte de lidendes usynlige, fjerne og anonyme stemmer sammen med kjendisens synlige, intime og verdenskjente stemme, noe som imidlertid resulterer i at tilskueren kan kjenne seg mer igjen i kjendisens følelser for den lidende, fremfor de lidende (Chouliaraki, 2012, s. 15). Slik har kjendisens følelser og hvordan de formidles til tilskuerne blitt sentrale deler av humanitære kampanjer. Dette betyr ikke at sterke følelser som gråt i seg selv ikke oppleves som ekte og autentisk, snarere tvert imot. For Jolie sin del, har måten hun uttrykker følelser på og det at hun ofte gråter når hun skal formidle andres lidelse, trolig bare styrket omdømmet hennes, da det indikerer at følelsene hun uttrykker er ekte og genuine (Jelaca, 2014). Denne måten å engasjere på anses for å være en del av en nyere trend innenfor kjendis-humanitarisme som trekker på en post-humanitær appellstil, der kjendisens autentiske følelser og tilskuerens kobling til kjendisen står i sentrum (Chouliaraki, 2012, s. 1 & s. 16).

2.3.3 Mer autentisk – mer effektiv i å knytte tilskuerne til lidelsen?

Selv om det er mulig å identifisere når en kjendis oppfattes som autentisk, og når de ikke gjør det, er det ikke gitt at kjendisen vil lykkes med å koble tilskuerne til de fjerne andre og lidelsen. Ifølge Martin Scott er det ikke nødvendigvis slik at jo mer autentisk kjendisen oppfattes for å være, jo bedre vil de være på å fremstille lidelsen, eller knytte tilskuerne til den fjerne lidelsen og de fjerne andre (2014, s. 453). Kjendiser som både har legitimitet og troverdighet, kan fremdeles mislykkes med å koble tilskueren til lidelsen, dersom de for eksempel retter oppmerksomheten for mye mot seg selv, fremfor den lidende. Moderne kjendisopptredener har som nevnt ofte blitt anklaget for å invitere tilskuerne til å ‘føle for kjendisenes følelser for de lidende’. Slik forblir avstanden mellom

«oss» og fjerne andre intakt, og tilskueren ender opp med å bli en som bare betrakter lidelsen, uten å ta stilling til den, og handle ut ifra den (Chouliaraki, 2012, s. 16). Det er nettopp dette nyere former for kjendis-humanitarisme ofte har blitt beskyldt for å gjøre, slik som Angelina Jolies engasjement for FN, og andre kjendisopptredener som belager seg på lik stil som henne (Scott, 2014, s. 454; Chouliaraki, 2012, s. 16). Men, på den andre siden er det også mange som er av den oppfatning av at det å bruke kjendiser er utelukkende positivt, og at det vil engasjere ytterligere dersom saken kobles til et kjent navn, i tillegg til at det vil tilføre humanitære organisasjoner en viktig verdi (Chouliaraki, 2013, s. 84). Dette vil bli tatt opp igjen i kapittel 2.5 om etiske aspekter i humanitær kommunikasjon, og i drøftingen av etiske utfordringer i Motherhood i kapittel 6.2.

2.4 FREMSTILLING AV LIDELSE OG TILSKUERENGASJEMENT

I dette kapitlet vil jeg ta for meg Luc Boltanskis teoretiske rammeverk om 'lidelsens topoi' (1999; 2011). Boltanski anser det i utgangspunktet som problematisk at tilskuerne stilles overfor fjerne andres lidelse i mediene, men han resonnerer seg frem til tre ulike lidelsens topoi, som han anser som akseptable måter å fremstille lidelse på, og som legger opp til et tilskuerengasjement og dermed også en akseptabel tilskuerposisjon. Her vil jeg gjøre rede for hvordan han resonnerer seg frem til disse. Til slutt vil jeg også presentere tre ulike appellformer for hvordan lidelse fremstilles i humanitær kommunikasjon, slik de er identifisert av Lilie Chouliaraki (2010). Begrepene om lidelsens topoi og de humanitære appellformene vil tas opp igjen i drøftekapitlet der de belyser hvordan lidelse fremstilles i Motherhood.

2.4.1 En problematisk tilskuerposisjon

I boken *Distant Suffering, Morality, Media and Politics* (1999) tar Boltanski for seg hvilke betingelser eller vilkår som må oppfylles for at fjerne andres lidelse kan fremstilles gjennom media til tilskuerne, på en legitim måte (Boltanski, 1999, s. xv; Lindøe, 2016, s. 82). Selv anser han tilskuerens posisjon til fjerne andres lidelse slik den fremstilles gjennom media, som problematisk. Men, ved å ta for seg de ulike betingelsene som må oppfylles, kommer han imidlertid frem til tre akseptable måter å fremstille lidelse på, og som legitimerer tilskuerens posisjon. De tre er: fordømmelsens topos, medfølelsens topos og estetikkens topos (Lindøe, 2016, s. 82).

Årsaken til at Boltanski i utgangspunktet anser det som problematisk at tilskuerne stilles overfor fjerne andres lidelse i mediene, er fordi tilskuerne da vil ende opp med å kun være vitne til og betrakte lidelsen, uten å ta stilling til den og gjøre noe for å lindre eller stoppe den. Han peker på

at det ikke vil være moralsk riktig å betrakte andres lidelse uten å handle og hjelpe den lidende, og mener derfor at fremstilling av lidelse kun vil være legitimt når det fører til handling hos tilskueren (Boltanski, 2011, s. 158; Lindøe, 2016, s. 82-83). Dersom det ikke fører til handling, er det en mulighet at fremvisningen legger opp til at tilskueren blir en som bare kikker på og betrakter lidelsen, uten å gjøre noe med det. En slik tilskuerposisjon anses ikke for å være legitim, da tilskueren kan ende opp med å bli kritisert for å kun kikke på lidelsen for egen selvtilfredshet. Den eneste måten å unngå dette på, er at tilskueren blir en som tar stilling til lidelsen, og handler i forhold til den. Men hvordan kan en person som ser lidelsen, handle i forhold til den, når personen ikke står direkte overfor lidelsen? Dette mener han kan gjøres gjennom språket, som for eksempel å gjøre seg opp en mening om saken, eller innta en spesifikk holdning (Boltanski, 2011, s. 158-159; Lindøe, 2016, s. 83). Slik viser Boltanski at det finnes en måte å legitimere tilskuerens posisjon i forhold til lidelsen. Men hvordan bør lidelsen fremstilles for å legge opp til handling hos tilskueren?

2.4.2 Lidelsens topoi som engasjementstilbud

Når Boltanski tar for seg hvordan lidelsen må fremstilles for å legge opp til handling og ulike former for engasjement, anvender han toposbegrepet fra antikkens retorikk. Topos, eller topoi i flertall, kan forstås som et sted man kan hente argumenter fra for å overbevise om noe og kommunisere (Kjeldsen, 2006, s. 151; Lindøe, 2016, s. 83). Boltanski knytter dette til retorikken og topos da det vil gjøre det mulig å kombinere flere former som legger opp til ulike engasjementstilbud som respons på lidelsen, både i form av politisk og emosjonelt engasjement (Lindøe, 2016, s. 83).

Boltanski skiller mellom tre ulike lidelsens topoi, eller akseptable måter å fremstille fjern lidelse på, som også legitimerer tilskuerens posisjon. Disse er: fordømmelsens topos, medfølelsens topos og estetikkens topos (Boltanski, 2011, s. 160). De to første av disse oppstod mot slutten av 1700-tallet, mens den siste vokste frem på midten av 1800-tallet, til dels som resultat av kritikk rettet mot de to første (Lindøe, 2016, s. 85).

2.4.2.1 Fordømmelsens topos

I fordømmelsens topos blir den lidende stilt opp mot den, de eller det som er ansvarlige for lidelsen, og som har forårsaket den. Dette kan enten være en overgriper eller en instans i form av en person, en struktur, en klasse, en organisasjon eller et system. Det som hovedsakelig driver dette toposet er følelser som sinne rettet mot den, de eller det som er ansvarlige for lidelsen. På

den måten er det selve anklagen mot den ansvarlige som står i sentrum av engasjementet. Det må være bevis for en slik anklage, og i dette toposet er det bevisene som legger føringer for hvordan talen utformes. I fordømmelsens topos rettes det mest oppmerksomhet mot overgriperen, fremfor den lidende. Denne prosessen foregår på den offentlige arenaen, og kalles for en affære. Som eksempel på en slik affære, nevner han modellen gjort til eksempel av Voltaire, der han grep inn i affæren om Chevalier de la Barre, som i 1766 ble anklaget for blasfemi, og deretter halshugd (Boltanski, 2011, s. 164; Lindøe, 2016, s. 85). I en såkalt affære engasjerer tilskueren seg i lidelsen til offeret, i form av en anklage eller indignasjon. Personen som fører ordet i fordømmelsens topos er en uavhengig person, som vender seg mot fellesskapet og er uenig med de andre (Boltanski, 2011, s. 165; Lindøe, 2016, s. 86).

2.4.2.2 Medfølelsens topos

I medfølelsens topos legges det opp til en annen måte å handle på i forhold til lidelsen, sammenlignet med fordømmelsens topos. I dette toposet er det en hjelper, eller en velgjører som står ved siden av det lidende offeret. Her er det også medlidenhet med den andres lidelse som ligger til grunn for tilskuerengasjementet, men i stedet for å føle sinne og indignasjon, er det her snakk om å vise medlidenhet i form av medfølelse. I dette toposet må det derimot ikke legges frem bevis mot urettferdighet. Det legges i stedet opp til positive følelser som takknemlighet og ømhet, som legger til rette for andre måter å tale om lidelsen og sympatisere med de lidende på. Følelser oppstår gjerne i sannhetens øyeblikk, og oppstår ofte ikke bevisst, men som en reaksjon på noe tilskueren ser. Dersom engasjementet skal fremstå som autentisk og ikke kritiseres for å være kunstig, må det være en naturlig og gjerne spontan følelsesreaksjon (Boltanski, 2011, s. 167). Dette toposet gir altså rom for å uttrykke empati med de lidende, og legger også opp til at tilskueren kan føle på andre følelser som håp, glede, fellesskap og sorgmodighet (Boltanski, 2011, s. 168; Lindøe, 2016, s. 86-87).

2.4.2.3 Estetikens topos

Det tredje toposet er resultat av kritikk mot fordømmelsens og medfølelsens topos. Kritikken mot disse to går ut på at de begge kan medføre at engasjementet kun vises gjennom ord og følelser fremfor direkte handling. Dette vil bare hjelpe på tilskuerens samvittighet, uten å gjøre noe med offerets lidelse. Kritikken mot disse to dreier seg også om at engasjementstilbudet kan føre til følelse av selvtilfredshet dersom engasjementet som opprinnelig var rettet mot andres lidelse, ender opp som en oppmerksomhet rettet mot seg selv og egne følelser i stedet, og på den måten fører til narsissisme (Boltanski, 2011, s. 168; Lindøe, 2016, s. 87).

Estetikken topos oppstod dermed som et alternativ til de andre lidelses topoi, og skiller seg fra fordømmelsens og medfølelsens topos ved at den blant annet ikke er direkte koblet til handling. Her handler det ikke hovedsakelig om å ta stilling til lidelsen i form av å fordømme en ansvarlig overgriper, eller gjennom å vise støtte til en hjelper eller velgjører (Lindøe, 2016, s. 87). I stedet inviteres tilskueren til å handle gjennom å reflektere over lidelsen gjennom en kunstner, som er i stand til å vise andres lidelse på en estetisk måte, og som på denne måten legger opp til refleksjon rundt offerets lidelse (Lindøe, 2016, s. 88). Eksempler på hvordan estetikken topos kommer til uttrykk er bildene fotografen Sebastião Salgado tok under hungersnøden i Etiopia (Boltanski, 2011, s. 170).

2.4.2.4 Et fjerde topos: erkjennelsens topos

Siri Hempel Lindøe (2016) introduserer et fjerde lidelsestopos som hun kaller 'erkjennelsens topos'. Som hun skriver, innebærer dette toposet at «lidelseserfaringer fremstilles på en måte som baserer seg på å vekke tilskuernes interesse for lidelsens plass i verden, og menneskenes evne til å håndtere den» (Lindøe, 2016, s. 143). Videre peker hun på at engasjementstilbudet i erkjennelsens topos kan ligne på estetikken topos, ved at tilskueren inntar en rolle og reflekterer over lidelsens plass i andre menneskers liv, og viser sympati med den lidende (Lindøe, 2016, s. 143). Det som klart skiller dette toposet fra estetikken topos, er at det ikke behøves en kunstner for å etablere et tilskuerengasjement (Lindøe, 2016, s. 143).

På lik linje som i estetikken topos, innebærer ikke erkjennelsens topos en tilskuerposisjon der tilskueren må handle direkte overfor den lidende, slik som i fordømmelsens- og medfølelsens topos. Her inviteres derimot tilskueren inn i en form for lytterrolle som gjør det mulig å lære noe om andres lidelse, og ikke minst om deres evne til å leve med lidelsen og håndtere den (Lindøe, 2016, s. 143).

2.4.3 Humanitære appellformer

Lilie Chouliaraki identifiserer som nevnt tre ulike humanitære appellformer for hvordan lidelse fremstilles i humanitær kommunikasjon. Disse har utviklet seg fra 1960-tallet og frem til i dag, og kalles sjokk-effekten, positive bilder og post-humanitarisme (Chouliaraki, 2010). Sjokk-effekten beskrives som en dokumentasjonsform som representerer virkeligheten for de lidende slik den er, og bildene viser ofte det 'ideelle lidende offeret' som trygler om hjelp (Chouliaraki, 2010, s. 110). De lidende som er avbildet fremstilles ofte uten individualiserende trekk, og som halvnakne og

med utstikkende ribben, og avmagrede armer og ben. Videre beskriver hun denne stilen som en offer-orientert stil, der den lidende fremstilles på en måte som fratrar dem verdigheten og distanserer tilskuerne fra de lidende. På denne måten fremkaller sjokk-effekten en skyldfølelse hos tilskueren som er forankret i den vestlige koloniarven, i tillegg til skam for at en ikke kan gjøre noe med lidelsen (Chouliaraki, 2010, s. 110-111).

Tilskuere anser særlig kvinner, barn og eldre mennesker for å være 'ideelle ofre' som fortjener empati og medfølelse. Et barn er imidlertid det mest ideelle offeret, med tanke på medfølelse. Når vi ser et barn som ser trist ut eller gråter, kan vi føle på medlidenhet ovenfor barnet ved at vi kjenner oss igjen i å være sårbar som barn, og den trangten man får som voksen til å beskytte barnet. Når barnet stirrer inn i fotografens kamera, kan det oppfattes som at han eller hun ser direkte på deg som et publikum, og minne deg om hans eller hennes sårbarhet og uskyld. Men derimot blir ikke ansett for å være et ideelt offer på lik linje som kvinner, barn og eldre, da de ikke ses på som hjelpeløse og uskyldige nok (Höijer, 2004, s. 521-522).

På lik linje som sjokk-effekten, hviler også den positive bildestilen seg på fotorealisme, og fremstiller lidelsen slik den er. Men, den står i kontrast til sjokk-effekten da det brukes positive bilder som får frem egenskaper som handlekraft og verdighet hos de lidende, fremfor å representere dem som hjelpeløse ofre (Chouliaraki, 2010, s. 112). Hun peker videre på at bilder innenfor denne stilen anerkjenner og fremstiller de lidende som handlekraftige aktører som for eksempel deltar i utviklingsprosjekter. Denne stilen brukes også i fadderbarn-ordninger ved å bruke bilder som viser hvordan en konkret kan hjelpe for å forbedre livet til den lidende. På den måten viser positive bilder-appellen at våre handlinger kan føre til konkrete endringer og forbedringer (Chouliaraki, 2010, s. 112). Kritikken rettet mot denne appellen, hevder derimot at de positive følelsene disse bildene skaper, er basert på et skjevt maktforhold mellom givne eller tilskuerne, og de lidende, der de lidende kan ende opp med å fremstilles som objekter for givernes gavmildhet. På denne måten kan tilskuerne og givne få en narsissistisk selvtilfredshet av å hjelpe de fjerne lidende (Chouliaraki, 2010, s. 113). På samme tid kan positive bilder av for eksempel smilende, glade barn føre til misforståelser om at alt allerede er bra, og at barna på bildene ikke trenger hjelp. Det kan også føre til at tilskuerne mister tillit til det de ser og gjør dem skeptiske til hva som er ekte. Dette henger også tett sammen med den økende bevisstgjøringen om at media kan manipulere bilder tilskuerne ser av lidelse (Chouliaraki, 2010, s. 114).

Chouliaraki trekker frem at både sjokk-effekten og positive bilder-appellen kan resultere i apati

hos tilskuerne, der tilskuerne ofte kan sitte igjen med å tenke «dette har jeg sett før», eller mer skeptisk «hvordan kan jeg stole på at dette er ekte»? (Chouliaraki, 2010, s. 111-114).

Fra tidlig 2000-tallet har den post-humanitære stilen vokst frem som et resultat av kritikken rettet mot sjokk-effekten og positive bilder-appellen. Denne stilen skiller seg fra de tidligere, ved at den går vekk fra å stakkarsliggjøre de lidende andre og aktivere sterke følelser hos tilskuerne for å få dem til å handle. I stedet har den en mer ironisk tilnærming, og retter seg mot et større giverfokus, der hensikten er å engasjere tilskuerne og invitere de til å stole på sin egen dømmekraft, og vurdere selv hvorvidt man skal handle (Chouliaraki, 2010, s. 115). Da man fremdeles er avhengig av realistiske bilder av lidelse og fattigdom for å engasjere, ligger nøkkelfunksjonen i post-humanitarisme nettopp i å løsne på den tradisjonelle koblingen mellom å se lidelse og føle for den som lider. Ønsket om å hjelpe motiveres her av personlige meninger og egenskapene ved den bestemte saken, i stedet for diskurser om moral. Denne appellformen er også i motsetning til de andre mer markedsorientert, der man engasjerer seg i saken uten å bruke særlig mye tid på å sette seg inn i å forstå årsaken til lidelsen (Chouliaraki, 2013, s. 73). Post-humanitarisme beskrives også som manifest, som særlig kommer til uttrykk gjennom for eksempel kampanjer for humanitære organisasjoner som primært søker å gjøre tilskuerne oppmerksom på organisasjonenes merkevare, fremfor fjerne andres behov (Brockington, 2014, s. 23).

Den økende bruken av post-humanitære appeller antyder også nye former for ‘de-humanisering’ av fjerne andre, og innebærer blant annet at tilskuerne betrakter de fjerne lidende gjennom kjendiser (Chouliaraki, 2013, s. 95). Måtene kjendiser engasjerer seg på i humanitære saker, og hvordan solidaritet oppfattes, har endret seg over tid. Eksempelvis kan stilen som Angelina Jolie belager seg på i sin rolle i UNHCR, anses for å være en relativt ny form for kjendis-humanitarisme, som resulterer i at tilskueren kjenner seg mer igjen i kjendisens følelser, fremfor de fjerne lidende. Målet her er å forsterke de sterke følelsene, fremfor å bygge bro mellom kjendisen og den fjerne lidelsen. For de som selv opplever og kjenner på lidelsen er den kontinuerlig og uunngåelig, men for kjendisene er følelsene de forteller om kun midlertidige og usammenhengende, og ofte noe som formidles på storslåtte arrangementer som høytidelige gallaer eller filmpremierer. Til tross for at dette gapet mellom kjendisen og den fjerne lidelsen viser at trenden at med å bruke kjendiser i humanitær kommunikasjon i stor grad kan bidra til å styrke Vestens rolle som tilskuer i ‘lidelsesdramaet’, lykkes ikke nødvendigvis en slik strategi i å få

tilskuerne til å handle, da man risikerer at det til slutt bare blir snakket om kjendisen selv, og ikke den som faktisk lider (Chouliaraki, 2013, s. 103-104).

2.5 ETISKE ASPEKTER I HUMANITÆR KOMMUNIKASJON

Det er mange etiske dilemmaer og utfordringer som kan løftes frem innenfor feltet humanitær kommunikasjon. Jeg vil derfor i følgende kapittel trekke frem etiske aspekter og perspektiver knyttet til bruk av kjendiser i humanitær kommunikasjon og fremstilling av lidelse. Disse vil bli gjenopptatt i drøftingen av etiske dilemmaer i kampanjen Motherhood.

2.5.1 Kritikk av appellformer

Lidelse i humanitær kommunikasjon blir ofte kritisert for å fremstilles som estetisk. Denne kritikken dreier seg om at bildene av lidelsen skaper en viss følelsesmessig tilknytning mellom tilskueren og de lidende. På den ene siden foreligger det en kritikk av følelser som indignasjon og skyldfølelse som knyttes til tidligere kampanjer som trekker på sjokk-effekten. Mens på den andre siden rettes det kritikk mot følelser som empati og takknemlighet, som assosieres med det estetiske i kampanjer som belager seg på positive bilder-stilen.

Den økte skepsisen mot kampanjer som trekker på appellformene sjokk-effekten og positive bilder-stilen gjenspeiler seg i økningen av det Boltanski (2011, s. 171) betegner som 'a crisis of pity', som kan oversettes til medlidenhetskrise. Lilie Chouliaraki forstår dette som: "the crisis of a particular conception of politics, where the justification of public action in the name of universal ethics takes place by resort to an emotion-oriented discourse of suffering: a language of indignation or guilt that blames the perpetrators, examples range from ... the language of sentimental gratitude that evokes appreciation for the benefactors, as in disaster relief or development aid initiatives (Boltanski, 1999, s. 35-54, i Chouliaraki, 2010, s. 108). Dette kan igjen forklare fremveksten av den post-humanitære appellformen (Chouliaraki, 2010, s. 109). Som forklart tidligere, fremkaller post-humanitarisme mildere følelser, sammenlignet med de andre appellene, og legger opp til en mer kortsiktig form for handling hos tilskueren. Overgangen til post-humanitarisme sikter på å gjøre humanitær kommunikasjon mer legitimt, ved at den går vekk ifra å vekke sterke følelser i tilskueren, til å heller benytte seg av mer moderne, teknologiske virkemidler og ressurser som ironi, hypervirkelighet og optiske illusjoner, som skal legge opp til at tilskueren reflekterer over saken på egenhånd (Chouliaraki, 2010, s. 119-120). Som resultat av det, anser også flere kritikere av humanitær kommunikasjon 'lidelse' for å ha blitt en handelsvare som selges som et produkt til tilskueren. En potensiell risiko ved en slik fremstilling av lidelse er at

tilskueren kan ende opp med en narsissistisk selvfølelse, der han blir for opptatt av sin egen medfølelse, og på den måten flytter fokuset bort fra lidelsens realitet og mot seg selv (Chouliaraki, 2010, s. 121; Lindøe, 2017, s. 194). Dette synliggjøres gjennom tilfredsheten tilskuerne kan få av å gjøre dydige handlinger som for eksempel å donere penger til veldedighet. Og det reproducerer et bilde av tilskueren og samfunnet, der tilskueren anses for å være dydig, velvillig og fundamentalt opptatt av og engasjert i å lindre global fattigdom og lidelse. Fra et kritisk ståsted kan en slik handling fungere som en erstatning for både reell offentlig handling og bevissthet (Nolan & Mikami, 2012, s. 59). Slik kan humanitær kommunikasjon kritiseres for å være narsissistisk, i den forstand at lidelsen slik den fremstilles, objektiviseres og fremstår som et produkt med hensikt om å tilfredsstillte tilskuernes følelser av dyd og at de har gjort en god, moralsk handling (Nolan & Mikami, 2012, s. 59).

2.5.2 Narsissismekritikken

Narsissismekritikken tar for seg flere etiske og problematiske sider ved tilskuerens måte å engasjere seg i andres lidelse på. Hovedessensen i denne kritikken er som nevnt over, at tilskueren er mest opptatt av sin egen medfølelse i møte med lidelsen, og dermed flytter fokuset bort fra lidelsens realitet (Lindøe, 2017, s. 194). Slik er denne formen for kritikk opptatt av tilskuerens behov eller avhengighet for å selv føle og kjenne på gode følelser som ømhet, sympati og medfølelse for andre, i møte med deres lidelse (Lindøe, 2017, s. 194). Kritikkk av narsissisme og narsissistiske sider ved fremstilling av lidelse henger også nært sammen med bruk av fordømmelses- og medfølelsens topos i humanitær kommunikasjon. Begge disse formene for tilskuerengasjement kan ses på som illusoriske erstatninger for konkret handling. I så måte kan det ende opp med et engasjement kun av ord og følelser fremfor handling, noe som kun vil tjene og tilfredsstillte tilskueren og lette på hans eller hennes dårlige samvittighet, uten at det gjør noe med tilstanden til den lidende (Boltanski, 2011, s. 168; Lindøe, 2017, s. 194). Det kritikkkverdige i dette ligger dermed både i måten tilskueren dreier fokuset bort fra lidelsens realitet, men også i måten denne bortdreiningen styrker en følelse av et felles 'vi' blant tilskuerne, som igjen kan bidra til å forsterke det globale hierarkiske skillet mellom tilskuerne som befinner seg sammen i den trygge verden, og de fjerne lidende i den utrygge (Chouliaraki, 2010, s. 121; Lindøe, 2017, s. 194).

2.5.3 To rådende diskurser

Som nevnt tidligere, innebærer også den økende bruken av post-humanitarisme, nye former for 'de-humanisering' av fjerne andre, som også innebærer at tilskuerne betrakter lidende andre gjennom kjendisiser (Chouliaraki, 2013, s. 95). Det er imidlertid mange delte meninger rundt bruk

av kjendiser i humanitær kommunikasjon, og ifølge Lilie Chouliaraki (2013) er det to rådende diskurser om dette: den optimistiske og den skeptiske (s. 83).

I den optimistiske diskursen er det en positiv tilnærming til kjendisers autentisitet, og en rådende oppfatning om at det å være kjendis og berømt er av høy verdi. Dette gjelder ikke bare i underholdningsbransjen, men også i den politiske sfæren. Kjendiser anses dermed for å være av høy verdi for humanitære organisasjoner, i tillegg til i politikken, da de kan fungere som offentlige ledere som bidrar til å sette den humanitære agendaen (Bishop & Green, 2008, s. 198-200; Chouliaraki, 2013, s. 85). Kjendiser kan også sies å «forsterke» stemmen til de fjerne lidende, på samme tid som de forsterker tilknytningen til vestlige tilskuere, slik at effekten hos tilskuerne forsterkes (Chouliaraki, 2013, s. 86).

Oppsummerende er denne diskursen positiv til å bruke kjendiser i humanitær kommunikasjon, fordi kjendiser på en vellykket måte artikulere de mange stemmene til humanitarisme, både på grunn av verdiene de tilfører humanitære organisasjoner og hvordan de bidrar til å endre handlingsvilkårene i den politiske sfæren, og måten de berører tilskuerne på når de inntar rollen som et talerør for de fjerne lidende (Chouliaraki, 2013, s. 86).

På den andre siden argumenterer den skeptiske diskursen for at kjendis-humanitarisme er lite autentisk, og at kjendisers engasjement i humanitære saker sjeldent oppleves som ekte. Flere hevder at kjendiser blir brukt som en kompensasjon, og for å dekke over manglende politikk i internasjonale NGO-er og institusjoner som for eksempel FN. Dette fører imidlertid med seg to ulike risikoer, der den første dreier seg om at kjendiser brukes for å skjule at komplekse utfordringer som for eksempel undertrykkelse av kvinner krever komplekse løsninger. I stedet for at kjendisene synliggjør dette, promoterer de et forenklet budskap og tilbyr en forenklet løsning på problemet. Den andre risikoen er når kjendiser fronter humanitære saker og fremstår som den mest populære stemmen for den spesifikke saken. Dette kan overdøve viktige og mer radikale former for politisk mobilisering og protester (Chouliaraki, 2013, s. 83).

Fra samme hold rettes det også kritikk mot at kjendis-humanitarisme bidrar til å opprettholde et nykolonialistisk rammeverk, gjennom stereotypiske bilder av 'en vakker og glamorøs hvit kjendis fra Vesten' som står i stor kontrast til de lidende. Å bruke kjendiser i humanitær kommunikasjon hviler ikke bare på antagelser om at den lokale befolkningen er passive, men det kan også glamorisere tanken om at Vesten skal handle på vegne av de lidende som ikke kan representere

seg selv. På denne måten forsøker kjendiser å skjule en skandaløs motsigelse, der det ser ut som de bryr seg dypt om lidelsen og elendigheten, mens de boltrer seg i luksus og nyter rikdommen og privilegiet av å være kjendis. Dette retter fokuset bort fra det komplekse urettferdige globale systemet, der 'acting West' handler på vegne av 'suffering rest', som er avhengig av bistand og veldedighet. Andre argumenter dreier seg om at kjendiser også bidrar til å skape en illusjon om at én person alene kan kjempe mot og løse strukturell urettferdighet (Chouliaraki, 2013, s. 84), og at kjendis-humanitarisme kun fungerer som et middel for å promotere kjendisen, til tross for sine gode hensikter (Littler, 2008, s. 244). Felles for argumentene i denne diskursen er at å bruke kjendiser for å engasjere fremstår som lite troverdig og autentisk, og at det tilskuerne er vitne til er uten solid moralsk innhold (Chouliaraki, 2013, s. 84).

3 METODE

Å analysere en tekst har ingen entydig oppskrift, men det krever bevisste valg for å kunne svare på problemstillingen. I dette kapitlet vil jeg først gjøre rede hvilke metodiske valg som er tatt i denne oppgaven, og hvordan oppgaven er strukturert etter disse. Deretter forklarer jeg nærmere hva kvalitativ tekstanalyse innebærer, før jeg til slutt presenterer fremgangsmåten for oppgavens analyse- og drøftekapittel, og viser hvordan problemstillingen besvares.

3.1 EMPIRISK UTVALG OG AVGRENSNING

Jeg har lenge vært opptatt av internasjonal utvikling og humanitær kommunikasjon. Motivasjonen min for oppgaven springer ut av en interesse om å lære mer om fremstilling av lidelse, og ikke minst hvordan fjerne andre og fjern lidelse fremstilles når kjendiser er involvert og står i sentrum av fremstillingen. Etter jeg hadde bestemt meg for tema, begynte letingen etter relevant empiri. Jeg så i utgangspunktet for meg å bruke en internasjonal kampanje som hadde fått mye internasjonal oppmerksomhet. Men, jeg fant aldri helt det jeg lette etter. Etter et praksisopphold i den humanitære organisasjonen Strømmestiftelsen høsten 2019, bestemte jeg meg imidlertid for å bruke kampanjen Motherhood, som ble laget for Strømmestiftelsen og Aftenposten i 2017. Empirien er dermed avgrenset til en humanitær kampanje, fra en norsk humanitær organisasjon og avis, og med norske kjendiser. Valget mitt falt til slutt på denne fordi jeg syntes den belyste mange interessante aspekter rundt hvordan kjendiser opptrer i møte med lidende andre, og hvorvidt engasjementet deres oppfattes som troverdig og autentisk. Hvordan serien spiller seg ut danner et interessant grunnlag for å lære mer om strategier kjendiser benytter for å engasjere og kunne oppfattes som autentiske. En analyse av denne kampanjen danner imidlertid ikke grunnlag

for å kunne generalisere funnene, noe som heller ikke er målet med denne oppgaven. Målet er derimot å kartlegge hvordan Motherhood plasserer seg sjangermessig innenfor feltet kjendis-humanitarisme, og hva slags strategier kjendisene i serien belager seg på for å kunne oppfattes som autentiske. Oppgaven er idiografisk, som innebærer at jeg forholdet meg til Motherhood som et unikt verk, der jeg søker å avdekke og beskrive det unike ved den.

Jeg forholder meg til Motherhood som en tekst i tråd med det utvidede tekstbegrepet (Østbye, et al., 2013, s. 64). Med det utvidede tekstbegrepet menes tekster i alle uttrykksformer som skrift, lyd og musikk, levende bilder og stillbilder, samt kombinasjoner av disse. Slik brukes tekst som en samlebetegnelse for «medienes meddelelser» (Larsen, 2008, s. 18, i Østbye et al., 2013, s. 64).

For å besvare problemstillingen «Hvordan plasserer Motherhood seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, med særlig vekt på autentisk engasjement», bruker jeg kvalitativ tekstanalyse som metode. I de følgende underkapitlene forklarer jeg først hva kvalitativ tekstanalyse innebærer og hvilken rolle forskeren spiller i en slik metode, før jeg i det siste kapitlet gjør rede for hvordan jeg går frem i analyse- og drøftingskapitlet for å svare på problemstillingen.

3.2 KVALITATIV TEKSTANALYSE OG FORSKERENS ROLLE

Tekstanalyse innebærer å stille spørsmål til teksten der formålet er å gi ny kunnskap om den (Østbye, et al., 2013, s. 61, 64). Tekstanalyse er også idiografisk, som innebærer at man forholder seg til teksten som et unikt verk, der man i en analyse ønsker å avdekke og beskrive det unike ved det bestemte verket (Østbye et al., 2013, s. 62-63). En tekstanalyse er både opptatt av innholdet og hva teksten sier, men den også opptatt av hvordan den sier noe. Innholdet kommuniseres alltid gjennom ulike virkemidler som språklige, visuelle og auditive virkemidler, som også må inkluderes i analysen. Et kjennetegn ved medietekster er at betydningen sjelden er entydige, men kan forstås og tolkes på flere ulike måter (Østbye et al., 2013, s. 63). Dermed er analysen også fortolkende, og i kvalitativ tekstanalyse, som denne oppgaven benytter, betyr det at hensikten er å avdekke og forstå tekstens latente nivå, som er tekstens skjulte lag av betydning.

Fremgangsmåten i oppgaven lener seg dermed på en fortolkningsbasert tilnærming, som blant annet kjennetegnes av at den er induktiv. Det innebærer at jeg som forsker beveger meg «fra empiri til teori», hvor jeg søker å forstå det dynamiske og unike ved teksten. I slike tilfeller vil det være vanskelig for forskeren å unngå sin egen fortolkning av virkeligheten, uavhengig av om den kommer før undersøkelsen utføres, eller når funnene skal fortolkes og analyseres (Jacobsen, 2015, s. 29). Det at jeg har hatt praksisopphold hos Strømmestiftelsen kan ha farget min egen oppfatning av kampanjen, da jeg fikk god innsikt og forståelse for måten de jobber og tenker på.

Men, her vil jeg imidlertid påpeke at denne oppgaven er et selvstendig prosjekt og helt uavhengig av Strømmestiftelsen. Jeg bestemte meg for å bruke denne kampanjen etter praksisoppholdet, og da kampanjen er fra 2017, ble den lite snakket om mens jeg var der. Strømmestiftelsen har dermed ikke hatt noen innflytelse på hva jeg undersøker i kampanjen, og hvordan jeg har jobbet med den.

I kvalitativ forskning, som også inkluderer kvalitativ tekstanalyse, er det intersubjektivitet som skaper mening (Hjarvard, 1997). Det innebærer at meningen konstrueres og utvikles kontinuerlig av sosiale aktører. Hans poeng er dermed at forskningen må ses på som en bestemt form for både språklig og sosial handling, og en meningsskapende prosess (Hjarvard, 1997).

En annen metodisk tilnærming som ble vurdert var kvalitative intervjuer. Det ville vært interessant og intervjuet nøkkelpersoner bak produksjonen av *Motherhood*, både i produksjonsselskapet Hacienda Film, Strømmestiftelsen og *Aftenposten*, samt kjendisene selv, for å få innblikk i hva som ligger bak måten serien ble laget på, og strategier som bevisst ble benyttet. Valget falt derimot på en kvalitativ tekstanalyse på grunn av interessen for å kartlegge og forstå det latente nivået i teksten. I denne oppgaven har jeg valgt å analysere selve teksten uten å inkludere virkningen det har på tilskueren, noe som imidlertid ville ha vært en relevant og interessant forlengelse av prosjektet.

3.3 ANALYSENS OG DRØFTINGENS FREMGANGSMÅTE

I tekstanalysen av *Motherhood* undersøker jeg hvordan serien plasserer seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, med vekt på autentisk engasjement. Problemstillingen for oppgaven besvares både gjennom analysen i kapittel 5 og drøftingen i kapittel 6.

Kapittel 5 danner grunnlag for å besvare det første forskningsspørsmålet og delen av problemstillingen som omhandler autentisk engasjement. Her analyserer jeg fem ulike sekvenser fra serien, der jeg undersøker hva som gjør at vi oppfatter kjendisene som autentiske og troverdige, eventuelt ikke gjør det, og hvordan kjendisene benytter seg av autenticitetsstrategier. De ulike sekvensene er valgt ut på bakgrunn av forskningsinteressen min og fokuset på autentisk engasjement og hvordan kjendisene opptrer på de ulike stedene. Utvalget er også styrt av et ønske om å løfte frem ulike typer autenticitetsstrategier og måtene kjendisene opptrer på. Slik er for øvrig analysen et eksempel på der et teoretisk fokus bidrar til å styre utvalget av empiri, som jeg går nært inn på i innledningen til kapitlet. I analysen er det også valgt ut en rekke

skjermdumper fra serien. Hver av disse er bevisst valgt ut da poenget og det vesentlige budskapet jeg vil ha frem på de ulike stedene, kommer visuelt til uttrykk i skjermdumpene.

Drøftingen i kapittel 6 danner grunnlag for å besvare hvordan serien plasserer seg sjangermessig innenfor feltet kjendis-humanitarisme, og tar også for seg det andre forskningsspørsmålet. Her anvender jeg 'lidelsens topoi' som teoretisk rammeverk for å drøfte hva slags tilskuerengasjement serien legger opp til. Til slutt i kapittel 6 foretar jeg en etisk drøfting på bakgrunn av funnene i analysene og første del av drøftingen. Her løfter jeg frem kritiske aspekter i forhold til fokuset på kjendisene versus de lidende i serien. Dette knyttes også til hvordan Motherhood plasserer seg innenfor feltet ved at jeg trekker paralleller til tidligere store kjendisopptredener (se Chouliaraki, 2012; 2013).

4 EMPIRI

I følgende kapittel presenteres serien Motherhood. Kapitlet åpner med en beskrivelse av hva slags serie det er og hvilken diskurstype den går under. Deretter vises det hvordan hovedkarakterene etableres i serien, samt hvordan fortellerrollen utspiller seg. Til slutt følger en presentasjon av alle episodene, og en beskrivelse av hva slags sjanger serien trekker på.

4.1 MOTHERHOOD

Som nevnt i innledningen er Motherhood en kampanje og en serie, der de to bloggerne og småbarnsmødrene Marna Haugen Burøe og Mia Charlotte Johnsen, reiser sammen til Nepal for å finne ut forskjellene mellom det å være mor i et rikt land i verden som Norge, og mor i et fattig land som Nepal. Serien ble produsert for Aftenposten, av Hacienda Film, i samarbeid med den ideelle bistandsorganisasjonen Strømmestiftelsen. Serien presenteres som en dokumentarserie og kan ses i sin helhet på Aftenposten og Strømmestiftelsen sine nettsider.

Da kampanjen ble lansert fikk den mye oppmerksomhet i sosiale medier. Både Aftenposten og Strømmestiftelsen har publisert en rekke klipp med høydepunkter fra serien på sine Facebooksider, og instagramkontoene @aftenposten og @strommestiftelsen. Serien ble også mye omtalt på Marna og Mia sine blogger, og instagramkontoene deres @komikerfrue og @miacharlottebekken. Andre klipp og bilder fra serien og innspillingen har også blitt delt i sosiale

medier under hashtagen #motherhoodtv. Serien ble nominert til årets web-serie 2017, i Mediebedriftenes landsforenings årlige medieprisutdeling (Mediebedriftene, 2018).

Marna er 39 år gammel, gift og har to barn. Med bloggen hennes «Komikerfrue.no» har hun tre ganger blitt kåret til folkets favoritt under 'Vixen Influencer Awards'. Hun blogger om livsstil, innenfor familie, skjønnhet, mat og karriere, og kjernemålgruppen hennes er norske kvinner i alderen 18-45 år (Ocast, 2020). Per dags dato har hun omtrent 280 000 følgere på instagramkontoen sin @komikerfrue (04.12.20).

Mia er 25 år gammel, samboer og har fire barn. Hun drev tidligere bloggen «miacharlotte.no», der hun også blogget om livsstil. Til tross for at hun ikke blogger lenger, er hun aktiv og legger ut innhold på instagramkontoen sin @miacharlottebekken, hvor hun per dags dato har 2323 følgere (04.12.20).

4.1.1 Fortellingen

Motherhood er også en fortelling. Jostein Gripsrud definerer fortelling som «en framstilling av et menneskelig (eller menneskelignende) subjekt som har et prosjekt (vilje, ønske, begjær) og som gjennomlever en kjede av kausalt sammenhengende begivenheter» (2011, s. 196). Fortellingen har to ulike nivåer: historie og diskurs (Engelstad, 2015, s. 17). Historienivået forbindes med fortellingens *hva*, og dreier seg om det som har med handlingen å gjøre, som steder, objekter, karakterer, og de ulike hendelsene og handlingene som utspiller seg i historien. Diskursnivået dreier seg om måten historien fortelles på, og hvilke fortellertekniske virkemidlers som tas i bruk, og forbindes dermed med fortellingens *hvordan*, og da særlig hvordan historien i fortellingen er organisert (Engelstad, 2015, s. 18-19). Tilskuernes erfaring med historien, avhenger av hvordan de oppfatter diskursen (Engelstad, 2015, s. 20). Diskurstypen til Motherhood kan sies å være argumenterende, som innebærer at den forsøker å overbevise mottakeren om noe (Østbye et al., 2013, s. 70). I Motherhood søker avsenderen å argumentere for at tilskueren bør engasjere seg i lidelsen til de nepalske jentene og mødrene som Marna og Mia møter i serien. Det gjør den blant annet ved å implisitt argumentere for at forskjellen mellom det å være mor i Norge kontra Nepal, egentlig er ganske liten. Dette vises nærmere i analysekapitlet, der diskursnivået utgjør størst betydning.

4.1.2 Hovedkarakterer

Hovedkarakterene i serien er Marna og Mia. De er bærende og gjennomgående faste karakterer i hele serien, og er gjenkjennelige og uforanderlige fra episode til episode. Dette er i tråd med

Larsens karakterisering av hvordan hovedkarakterer fremtrer i episodeserier (2003 s. 352). Marna og Mia etableres som hovedpersoner nokså umiddelbart i introen til første episode. Dette skjer gjennom tekniske grep som måten det filmes på og iøynefallende elementer som klær og utseende, og fordi de skiller seg ut i måten oppmerksomheten rettes mot dem på (Engelstad, 2015, s. 71).



ILLUSTRASJON 1: Marna og Mia etableres som hovedkarakterer i introen til serien

4.1.3 Fortellerrollen

Hvordan virkeligheten i fortellingen fremstilles og betraktes av tilskueren, avhenger av den overordnede fortellerrollen (Larsen, 2003, s. 190-191). Både Marna og Mia innehar en fortellerrolle i *Motherhood*, men på ulike måter. Begge to veksler på å ha en synlig fortellerrolle, der de forteller en historie, eller en serie med hendelser de selv deltar i (Engelstad, s. 195). Utover det innehar Marna også en fortellerrolle der hun er fraværende for tilskuerne, men tilkjenne gir tilstedeværelsen sin ved bruk av fortellerstemme, eller såkalt 'voice-over' (Engelstad, s. 194).

Som fortellere inntar Marna og Mia også en rolle som tilskuerens 'medopplever'. Som medopplever kommenterer de og stiller spørsmål til handling eller begivenheter som tilskuerne har behov for å spørre om – akkurat på de tidspunktene i handlingsforløpet der spørsmålene trenger seg på. Slik skaper og øker de tilskuerens identifisering med historien (Larsen, 2003, s. 134).

Når historiene i *Motherhood* fortelles, brukes det også synk-sekvenser. Det brukes for å gi historiene som fortelles et uavhengig og selvstendig refleksjonsnivå. Sett ut ifra den samlede

fremstillingen, kjerneideen og sjangeren som programmet representerer, er synkens lokasjon, belysning og bakgrunn nøye gjennomtenkt. Her brukes det en nøytral bakgrunn for å få frem rensede bilder, og for at seerne skal konsentrere seg om det som sies, i tillegg til ansiktsmimikken og følelser som blir uttrykt. Bakgrunnsfargen er gjennomgående for alle synkene, og fungerer på den måten som et sammenbindende tema (Larsen, 2003, s. 196-197).

4.2 HISTORIENE SOM FORTELLES

Mange moderne serier er konstruert på den måten at tilskueren følger flere plotlinjer som flettes sammen underveis i episoden, men som ellers går mer eller mindre uavhengig av hverandre (Larsen, 2003, s. 354-355). *Motherhood* forteller flere ulike historier om mødre i Nepal, der flere av disse flettes sammen underveis i serien. Dette kapitlet gir en beskrivelse av serien og historiene som fortelles. I analysen av *Motherhood* er det imidlertid sekvenser og ikke episoder som vil bli analysert. Hvilke sekvenser som er valgt ut, gjøres rede for i kapittel 5.

I Nepal møter Marna og Mia flere jenter og mødre som lever i fattigdom og utsettes for systematisk undertrykkelse, og som må følge tradisjoner som det går klart frem at bryter med Marna og Mias moralske og etiske verdier. Dette forsterkes flere steder i serien når det bygges opp et tilskuerengasjement i tråd med fordømmelsens topos, som drives av sinne og indignasjon. Marna og Mia får også erfare hvordan jentene og kvinnene de møter utsettes for kastesystem, må leve med voldelige fedre og menn, sove i egne hytter når de har mensene, barnarbeid og prostitusjon. Ved å reise til Nepal kommer de inn under huden på lidelsen, og får frem de ulike historiene på engasjerende måter som også legger opp til å vekke sterke følelser og sympati hos tilskuerne, og som er i tråd med medfølelsens topos. I tillegg utforsker de sine egne grenser og hvor langt de er villige til å strekke seg i vanskelige situasjoner, samt sitt eget forhold til morsrollen.

Felles for alle episodene er at de åpner med en kjenningsmelodi, en vignett og intro der de viser korte klipp i sort-hvitt fra den påfølgende episoden.

I traileren på 1:05 minutter presenteres kampanjen og hovedkarakterene Marna og Mia. Tilskuerne får se en rekke klipp fra serien av barn og unge kvinner i Nepal, som får tydelig frem kontrastene mellom deres liv i Nepal og Marna og Mia sine liv i Norge. De to er tydelig preget av det som møter dem i Nepal, og til slutt vises Mia som gråter, før hun forteller at hun har skånet seg selv mot slike historier i sosiale medier. Traileren avsluttes med teksten «MOTHERHOOD» markert i rosa, i tillegg til Aftenposten sin logo, og teksten «Kommer på aptv.no 26. oktober».

I episode 1, *Kasteløse barn jobber som slaver*, får tilskuerne først en presentasjon av hovedkarakterene Marna og Mia, og et innblikk i deres hektiske liv som småbarnsmødre hjemme i Norge. På vei til Nepal, reflekterer Marna og Mia over morsrollen, og forteller tilskuerne at de skal besøke andre mødre i Nepal, for å se hvilke valg de må ta som mødre der. I Nepal drar de først til et steinbrudd der de treffer syv år gamle Sandhya. Hun lever av å hogge stein og bor sammen med besteforeldrene sine, da faren er død og moren befinner seg i India, der hun jobber som prostituert. Her treffer de også besteforeldrene til Sandhya og snakker med dem om situasjonen Sandhya befinner seg i, og de vanskelige valgene moren hennes måtte ta. Episoden avsluttes med at Marna og Mia drar tilbake til steinbruddet, der de ser enda flere barn som jobber.

Episode 2, *Mangelen på likestilling er til å få bakeslepp av*, gir tilskuerne et innblikk i hvordan det er å være kvinne og kasteløs i Nepal. I denne episoden møter Marna og Mia to nepalske skilte og kasteløse damer: Bhima og Sitala. I episoden blir Marna og Mia med dem og jobber på en bananplantasje, og de blir tydelig opprørt over situasjonen kvinnene befinner seg i. Til slutt forteller Bhima om hvordan hun ble fanget i fattigdom etter hun giftet seg og fikk barn.

I episode 3, *Hun selger sex fra soverommet mens barna leker*, befinner Marna og Mia seg i en prostitusjonslandsby der de møter kvinner som prostituerer seg for å brødfø barna sine. Episoden forteller historien til Sushila og en annen kvinne som lever av å selge sex. Begge kvinnene er rangert som 'Badi', som er det laveste nivået av kasteløse i Nepal. Marna overveldes av historien til Sushila, og blir opprørt over hvordan systemet fungerer. Mia blir også tydelig preget av historien kvinnen hun møter forteller henne. Til slutt skjer det en positiv vending når Marna og Mia drar til en Badi-landsby der de har fått på plass utdanning for jenter gjennom Samvad³.

I fjerde episode, *De skitne kvinnene må sove ute i veikanten*, treffer Marna og Mia de to kvinnene Sunita og Bishna. Disse kvinnene er ikke kasteløse, og heller ikke fattige som de andre kvinnene de har møtt tidligere i serien. Sunita og Bishna forteller om tradisjonen «chaupadi», som innebærer at kvinnene ikke får lov til å være inne i huset når de har mensesen, og må sove ute i såkalte mensenhytter. Marna og Mia blir opprørte over det de blir fortalt. Det er tenkt at Marna og Mia også skal sove ute i den ene hytta den påfølgende natten, noe de imidlertid nekter på grunn av forholdene.

³ Samvad betyr 'dialog' på nepali, og er et livsmestringskurs for ungdommer der de lærer å jobbe sammen. Tanken er at ungdommene også påvirker sine familier, slik at forandringen til slutt kan endre holdninger og tradisjoner på et høyere nivå. Samvad er et av Strømmestiftelsens prosjekter i Nepal (Strømmestiftelsen, u.å.).

I femte og siste episode, *Det handler om å overleve*, treffer Marna og Mia flere nepalske kvinner som har gått sammen i Samvad-grupper for å forandre livene sine. Marna gir uttrykk for at hun ønsker å utrette noe mer før de reiser hjem, og håper hun kan gjøre en forskjell for noen. De møter først en kvinne som forteller hvordan Samvad endret livet hennes, og at hun nå driver sin egen butikk og kan ta seg av barna sine. Deretter reiser Marna og Mia tilbake til Bhima som de møtte tidligere i serien, og forteller henne om Samvad, og at de gjerne ønsker å ta henne med dit. De tar henne med seg, og episoden avsluttes med å vise vekslende klipp av jentene i Samvad-gruppene som danser og er glade, og nærbilder av Marna og Mia som gråter og klemmer på Bhima mens de tar farvel.

4.3 NÅR SJANGEREN UTFORDRES

Serien *Motherhood* kan kategoriseres som en «dokusåpe», en sjanger som trekker på det Peter Harms Larsen betegner som avdekkende faktaprogram (2003, s. 277). Avdekkende faktaprogram tar for seg menneskers historier og opplevd virkelighet. De forteller dagliglivshistorier innenfor et bredt felt av ulike temaer som barn og deres foreldre, forelskelse og ekteskap, arbeid, konkurranse og politikk, fødsler, sykdom og død. Målet med slike program er å komme «under overflaten» og «bak fasaden», og «inn under huden» på bestemte miljøer, grupper eller enkeltpersoner som seerne kjenner lite til, eller har stereotypiske antakelser om (Larsen, 2003, s. 277). Dokusåpe-sjangeren er en videreutvikling av avdekkende faktaprogrammer, med henblikk på rasjonell serieproduksjon og med en spesiell dramaturgisk konstruksjon med god fremdrift og høy underholdningsverdi – for å tiltrekke seg et bredere publikum. Det som ligger bak suksessen ved denne sjangeren er at man tar for seg ekte miljøer med ekte mennesker, de viktigste delene av tv-seriefiksjonens dramaturgiske prinsipper – samtidig som man konsekvent trekker på faktaplottet. Begrepet «hverdagsdokumentar» brukes også om denne type programmer (Larsen, 2003, s. 359).

Ifølge dokumentarfilm-instruktøren Jeremy Mills, er kravene til innhold i denne sjangeren: «We do ordinary life situations that we have found ourselves in, wish to find ourselves in, or fear to find ourselves in» (i Larsen, 2003, s. 359). Det er altså et gjennomgående krav om at et bredt publikum skal kunne identifisere seg med innholdet. Målet med denne sjangeren slik Larsen beskriver det, er å avdekke og få frem menneskelige relasjoner og reaksjoner når de utfolder seg i dialog og handling under press fra ting som skjer i dagliglivet. Det er virkelighet og hverdagsdrama i ett, for underholdningens skyld. Men, som Larsen også peker på, selv om høy underholdningsverdi er viktig, så er det avgjørende for sjangerens troverdighet og for autentisiteten av den fremstilte virkeligheten at det ikke skjer noen åpenlyse og merkbare

iscenesettelser av de medvirkende, som for eksempel å instruere i replikker og dialog (2003, s. 360).

Motherhood-serien er også av sterk episodisk karakter, men suppleres av enkelte føljetongpregede elementer, da noen av historiene utvikler seg over flere episoder (Lauridsen, 2016, s. 28). Serien kan dermed betegnes som en serie-føljetong, der de enkelte episodene rommer en avsluttet handling langs ett handlingsspor, men som på samme tid rommer en eller flere fortsatte fortellinger langs ett eller flere andre handlingsspor (Lauridsen, 2016, s. 29).

Det kan imidlertid diskuteres hvorvidt denne sjangerbeskrivelsen er dekkende for Motherhood-serien. Da dette er en kampanje og en serie som er produsert av blant annet den humanitære bistandsorganisasjonen Strømmestiftelsen, kan det tenkes at produksjonen er styrt av deres interesser. Serien kan derfor ikke sies å være en uavhengig dokumentarproduksjon. Seriens sjanger trekker i stor grad på en etablert dokumentarsjanger, men kanskje kan det argumenteres for at den i stedet kan defineres og kategoriseres som en bistandsdokumentar, da den ene avsenderen er en humanitær organisasjon, og der målet er å engasjere og få tilskueren til å handle?

Det legges også opp til flere ulike engasjementstilbud i serien. På et overordnet sjangernivå er det medfølelsens topos som utgjør størst engasjementstilbud. Årsaken til det er relasjonen mellom Marna og Mia, som i serien fremstår som velgjørere, og mødrene i Nepal som de lidende, og da det vises medlidenhet i form av medfølelse, og positive følelser som takknemlighet og ømhetsfølelse, som legger til rette for å sympatisere med de lidende. Serien tar også i bruk erkjennelsens topos, særlig helt i begynnelsen, en form for engasjementstilbud der tilskueren inntar en lytterrolle der han eller hun kan lære noe om andres lidelse og deres evne til å håndtere den (Lindøe, 2016, s. 143) Gjennom serien fremstilles også lidelse på formen av fordømmelsens topos, som legger opp til et engasjementstilbud drevet av indignasjon og sinne ved at personer eller strukturer er ansvarlige for lidelsen tas inn på banen. Mer om hva slags engasjementstilbud serien legger opp til, og hvor Motherhood befinner seg sjangermessig, vil tas opp igjen og drøftes i kapittel 6.

5 ANALYSE AV AUTENTISITETSSTRATEGIER I MOTHERHOOD

Som påpekt tidligere i oppgaven vil det være lite hensiktsmessig å undersøke hvorvidt kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker virkelig bryr seg om det de engasjerer seg i. I stedet vil det være interessant å spørre hvordan de opptrer og anerkjennes for å fremstå som ekte og autentiske. Det er ikke gitt at kjendiser som engasjerer seg i humanitære saker oppfattes som det, det er imidlertid et potensiale kjendisen har som må anerkjennes og settes i kraft, og deretter fremføres til media (Brockington, 2014, s. 11). Ved å ta i bruk teoretiske perspektiver presentert tidligere i oppgaven skal jeg her undersøke det første forskningsspørsmålet: «Hvordan tar Marna og Mia i bruk autentisitetsstrategier for å opptre og fremstå som autentiske i Motherhood?». Her analyserer jeg hvordan de tar i bruk autentisitetsstrategier slik de er presentert av Dan Brockington (2014). Jeg skal analysere fem sekvenser fra serien. Den første av disse er sekvensen hvor Marna og Mia introduseres til serien og reiser til Nepal i første episode. Den andre sekvensen jeg analyserer er der hvor Marna og Mia møter Sandhya og besteforeldrene hennes i Nepal, også fra første episode. Deretter tar jeg for meg sekvensen med Sitala og Bhima og når de drar sammen for å jobbe på en bananplantasje fra episode to. Den fjerde sekvensen jeg analyserer er fra episode tre, hvor Marna treffer Sushila som jobber som prostituert. Til slutt analyserer jeg sekvensen fra episode fire som tematiserer hvordan lokale tradisjoner gjør det utfordrende å være kvinne og mor i Nepal. Jeg presenterer hovedfunnene i analysen i en oppsummering til slutt.

5.1 ETABLERING AV MORSROLLEN VED AVREISE TIL NEPAL

Jeg starter med å se nærmere på åpningssekvensen som presenterer seriens tema og introduserer hovedkarakterene Marna og Mia. De første scenene viser de to i ulike situasjoner hjemme i Norge sammen med deres barn og familie, og avreisen til Nepal. I denne sekvensen etableres det en morsrolle, som er det gjennomgående temaet for serien og som danner utgangspunktet for handlingen. Morsrollen etableres først hjemme i Norge, og når Marna og Mia kobles til andre



ILLUSTRASJON 2: Marna og Mia før de reiser til Nepal

mødre i Nepal. Etableringen av morsrollen bidrar til at Marna og Mia oppfattes som troverdige og autentiske, på grunn av den strukturelle likheten de har med kvinnene de skal møte i Nepal, gjennom det å være mor. Dette danner et felles utgangspunkt for historiene som fortelles i serien (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Den første sekvensen starter med å vise flere korte klipp av folk som går i gater og parker i Oslo. Det er en solfylt vårdag. Under disse bildene ligger det en livlig musikk. Etter 3 sekunder kommer det inn en kvinnelig voice-over, som med lys og blid stemme sier «gøy», før det neste bildet viser en kvinne som kommer gående i hui og hast på et fortau med et barn i barnevogn og et gående ved siden av. På bildet vises teksten «Marna», samtidig som kvinnen sier «Du må ha på deg lue», og trekker en lue ned over ørene på barnet som sitter i vogna. Deretter klippes det til at kvinnen, som tilskuerne nå skjønner er Marna, vises på synk hjemme hos seg. På synk forteller hun at hun er en gift tobarnsmor som blogger og lever et hektisk liv i Oslo. Deretter presenteres Mia for tilskuerne på en tilsvarende måte. Hun befinner seg først på en lekeplass med barna sine, før tilskueren ser henne på synk der hun forteller at hun bor i Hønefoss med samboer og sine tre barn. Hun forteller også at hun fikk sitt første barn da hun var 16, og at hun var trebarnsmor innen hun var 20. Deretter klippes det tilbake til Marna, som forteller at det viktigste for henne hva gjelder barna hennes er: «At ungene mine er trygge på seg selv, føler seg elsket, og at de holder seg unna fengsel». Det klippes til Mia som sier noe tilsvarende: «Jeg tenker at det er viktig å gi barna trygghet, omsorg og være der for dem. Gi dem det beste man kan». Mens de forteller, skifter bildene mellom Marna og mannen hennes som sitter rundt middagsbordet og spiser sammen med barna, og Mia som sitter med sine barn og tegner og leker.

Marna og Mia etableres med dette som travle og omsorgsfulle mødre som oppdrar barn i trygge omgivelser. Samtidig som de i denne åpningssekvensen også gir uttrykk for at alt ikke er perfekt. De snakker om hva som er det viktigste for sine barn, og at som mor og foreldre er man ansvarlig og gjør det man kan for at barna skal ha det bra. Marna sier om barna at: «De har nok mat, de er rene, de har klær, så det er ikke der problemet ligger». Tilskuerne kan her bare gjette seg til at «problemet» kanskje handler om at de travle mødrene føler at de ikke strekker nok til, eller er at de ikke er takknemlige nok som mødre, selv om barna egentlig har det viktigste de trenger. Denne tråden tas opp igjen til slutt i sekvensen, når Marna og Mia befinner seg på Oslo Lufthavn, der de sitter og venter på å gå ombord i flyet som skal ta dem til Nepal. Mens de sitter og har videosamtaler med familiene sine før avreise, og mens de går ombord i flyet, snakker Marna på voice-over og forteller: «Jeg tror ikke vi vet hvor godt vi har det. Som mor vil jeg så

klart at ungene skal ha det beste av det beste. Men tid og penger strekker ikke alltid til. Er det slik morsrollen skal være? Jeg vet ikke, men vil vite mer. Derfor skal vi besøke noen andre mødre og se hvilke valg de må ta, i Nepal». På denne måten skapes en motivasjon for reisen de skal ut på. Gjennom måten Marna uttrykker seg på her, etablerer hun også et 'vi' som tilskuerne kan identifisere seg med. Dette 'viet' kan sies å konstituere målgruppen unge norske mødre, og inviterer på denne måten tilskueren med til Nepal for å lære mer om morsrollen.



ILLUSTRASJON 3: Sekvens fra Oslo Lufthavn, Marna og Mia på vei til Nepal. Motherhood, episode 1

I denne sekvensen etableres morsrollen som det gjennomgående temaet i serien. Gjennom å vise klipp fra Marna og Mias hverdagsliv som mødre, og måten de omtaler morsrollen på og hva som er viktig for deres barn, bygges det opp et bilde av dem som mødre. De knyttes så til andre mødre når det fortelles at de skal reise til Nepal for å se hva de kan lære av andre mødre der.

Slik morsrollen etableres, og måten Marna og Mia fremstilles som alminnelige mødre og kobles til andre mødre i Nepal, er i tråd med Brockingtons tankesett om hvordan kjendiser kan opptre for å oppfattes som troverdige og autentiske. Brockingtons begrep om ekspert- og erfaringsautoritet innebærer at de har nødvendig erfaring og kunnskap som gir innsikt i andres tilstand, og vil være med å legge opp til et troverdig engasjement (Brockington, 2014, s. 106). Brockingtons autenticitetsstrategi om affinitet eller tilhørighet som innebærer at de har en strukturell likhet med de andre, oppfylles også, da Marna og Mia selv er mødre slik som kvinnene de skal møte i Nepal (Brockington, 2014, s.106). Dermed kan de ta med seg den kunnskapen de har om det å være mor, inn i disse relasjonene.

5.2 ERFARINGEN SOM MOR FORSTERKER MORSROLLEN

Senere i første episode befinner Marna og Mia seg i Nepal, der de møter syv år gamle Sandhya og besteforeldrene hennes. I denne sekvensen kommer morsrollen til uttrykk gjennom de relasjonene som etableres mellom Marna og Mia og de andre medvirkende.

Sandhya introduseres til serien når Marna og Mia treffer henne i et steinbrudd i Itram Kholā, som ligger i Surkhet-distriktet i Nepal. Samtidig som tilskuerne ser klipp av Sandhya som hogger stein,

forteller Marna på voice-over at: «Sandhya bor med besteforeldrene sine og lever av å hogge stein. Faren er død, og mammaen er borte. Hun lever et liv så fjernt fra våre egne barn det er mulig å komme». Ved å påpeke at både moren og faren til Sandhya ikke er til stede i livet hennes, og at hun lever et liv som er fjernt fra deres egne barn, oppfordres tilskueren til å reflektere over at hun har det vanskelig, og til å føle medlidenhet og sympati med henne. Opplysningen om at moren er borte, gir også tilskueren grunn til å undre seg over hvor moren er og hvorfor hun ikke er til stede for Sandhya mens hun vokser opp.



ILLUSTRASJON 4: Marna og Mia treffer Sandhya i et steinbrudd. Motherhood, episode 1

Neste scene viser Mia som setter seg ned ved siden av Sandhya og stryker henne på ryggen. Slik viser hun empati, og oppfattes som autentisk (Brockington, 2014, s. 106). Mia hilser på henne ved å sette hendene sammen mens hun sier «Namaste». Deretter spør hun: «Are you working?». Sandhya ser på Mia uten å svare, mens hun smiler forsiktig, som om hun ikke forstår hva Mia sier. Hun tar opp hammeren igjen og fortsetter å hugge. Mia spør om hun kan prøve, og tar hammeren til Sandhya. Etterpå ler hun litt forsiktig, og stryker Sandhya på ryggen igjen mens hun ser på henne og spør «Are you tired?». Sandhya ser trist og sjenert ut, og hun ser litt forbi kameraet før hun ser ned i bakken. Måten Mia ser og snakker til Sandhya på, og ved å stryke henne på ryggen, indikerer at hun føler medlidenhet og påtar seg en omsorgsrolle overfor henne, og slik oppfyller hun Brockingtons kriterier om empati og sympati, og kan oppfattes som autentisk (Brockington, 2014, s. 106). Det vises deretter klipp i sort-hvitt av Mia som leker med sine egne barn på en lekeplass hjemme. Dette forsterker kontrastene mellom det å vokse opp i Norge, og barndommen til Sandhya i Nepal. Under bildet er det lagt på melankolsk musikk, og Mia retter fokuset mot morsrollen igjen når hun forteller på voice-over: «Morsrollen er vel å ta vare på barna sine og gi dem en trygg oppvekst, og hvordan du velger å oppdra dem». Dette autentiserer Mias opptreden, da hun igjen peker på morsrollen og hva den innebærer. Da tilskuerne vet at moren til Sandhya ikke er til stede og kan gi henne dette, kan tilskuerne få en fornemmelse av at Mia fyller morens tomrom.

Mias egne følelser blir også brukt til å bygge opp hennes engasjement som autentisk i denne sekvensen. I et av bildene vises hun i et halvnært utsnitt, mens hun holder seg for munnen og begynner å gråte. På denne måten uttrykker hun sterke følelser og sympati overfor Sandhya. Mias følelsesreaksjon oppfattes som en naturlig og spontan reaksjon på Sandhyas lidelse, og bidrar også til at hun oppfattes som autentisk (jf. Boltanski, 2011, s. 167). Hun går vekk fra Sandhya for å samle seg. Imens vises det klipp av Sandhya som fortsetter å hogge stein mens Mia forteller hva hun tenker og føler på voice-over: «Hun sitter og jobber og er så liten og varm. Det er så grusomt at de er født inn i det og ikke har noen fremtid». Relasjonen som etableres mellom Mia og Sandhya understreker et mor-datter-forhold som mangler i Sandhyas liv. Mias behov for å ivareta og vise omsorg overfor henne visualiserer en rolle som moren egentlig skulle hatt. Her bruker Mia erfaringen hun har som mor til å vise omsorg, empati og sympati, og slik kommer morsrollen til uttrykk gjennom Mias relasjon til Sandhya. Måten Mia opptrer på her og viser følelser for Sandhya, gjør at vi som tilskuere kan oppfatte henne som autentisk og troverdig (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Tilskueren får svar på hvor moren til Sandhya er når Marna og Mia snakker med besteforeldrene hennes om valget moren hennes måtte ta. Bestefaren forteller dem at datteren er i India og jobber med 'et eller annet'. Mens Sandhya stolt viser frem bilder av henne og foreldrene sine, forteller Marna på voice-over: «vi vet at moren jobber som prostituert i India, og det er ikke det som kommer frem i intervjuet. Men at de forteller forskjellige historier om hva moren gjør i India er ikke overraskende». Når tilskueren får vite at moren er i India og må jobbe som prostituert, settes morsrollen ytterligere i perspektiv. Slik legger Marna opp til at tilskueren skal forestille seg hvilke vanskelige valg moren har måttet ta, og hvor langt man som mor er villig til å strekke seg for barna sine, selv i en håpløs situasjon. På den måten skapes det også en empatisk relasjon mellom tilskueren og moren til Sandhya. Marna spør også besteforeldrene hvordan det føles å ha datteren i India, og ikke være hjemme å ta seg av sin egen datter. På det svarer bestemoren at: «Det føles aldri godt å dra fra barna sine, men hun gjør det hun må, for at Sandhya skal få muligheter hun ikke hadde». Slik rettferdiggjør bestemoren valget moren måtte ta med at hun ønsker at Sandhya skal få et bedre liv enn hun selv har.



ILLUSTRASJON 5: Marna og Mia sitter sammen med Sandhya og besteforeldrene hennes

Til slutt vises Marna på synk der hun gråtkvalt forteller: «Det å være mor i Norge kontra det å være mor i Nepal, er egentlig... Mor er mor. Vi gjør alt for barna våre. Vi har bare ulike utgangspunkt». Slik poengterer hun at forskjellene på det å være mor i Norge kontra Nepal egentlig er ganske liten. Ved å uttrykke sterke følelser mens hun snakker viser hun både empati og sympati med moren til Sandhya, og slik autentiserer hun opptreden hennes (Brockington, 2014, s. 106).

I denne sekvensen er det særlig morsrollen slik den kommer til uttrykk gjennom Mias relasjon til Sandhya som står i sentrum. Måten Mia tilnærmer seg Sandhya på og hvordan hun viser omsorg, empati, og sympati, i tillegg til den fysiske berøringen ved å stryke henne på ryggen, gjør at relasjonen deres kan minne om et mor-datter-forhold. Dette forsterker morsrollen i serien og gjør at tilskuerne kan oppfatte Mia som autentisk og troverdig i måten hun engasjerer seg og opptrer på i serien (jf. Brockington, 2014, s. 106). Morsrollen settes imidlertid ytterligere i perspektiv gjennom samtalen Marna og Mia har med besteforeldrene til Sandhya. Her inviteres tilskuerne til å reflektere over hvor langt man som mor er villig til å strekke seg for barna sine, uavhengig av utgangspunkt. Denne tematikken utvikles videre i sekvensen som handler om prostitusjon. Det kommer jeg tilbake til i den nest siste sekvensen i analysen.

5.3 SKAPER AUTENTISK ENGASJEMENT MED KROPPSLIG INNLEVELSE

I sekvensen hvor Marna og Mia blir med Sitala og Bhima for å jobbe på en bananplantasje, er det tenkt at de skal få kjenne på kroppen hvordan det er å være en skilt og kasteløs kvinne i Nepal. Her viser jeg hvordan de bruker kroppene sine til å oppleve smerte og ubehag, og hvordan dette vekker empati og skaper autentisk engasjement.

De første klippene skifter mellom bilder av to kvinner som gjeter geiter, ei som hakker i en åker, og en buss med menn som kommer kjørende. Imens introduserer Marna Bhima og Sitala til serien når hun forteller på voice-over: «Hvorfor er det bare kvinnene som jobber? Det var det første vi la merke til. Det er mye å si om likeverd mellom kjønnene hjemme, men å se det fra vårt

perspektiv og sammenligne med Nepal, så er det til å få hakeslepp av. I dag skal vi møte Bhima og Sitala. De er i en situasjon som hadde fått enhver nordmann til å klikke. De kjøper bananer som de selger videre med bitte litt fortjeneste. Som skilte kasteløse kvinner, er de også statsløse og har absolutt ingen rettigheter». Sinnet i stemmen til Marna indikerer at hun er engasjert, og måten hun beskriver situasjonen til Bhima og Sitala vekker en nysgjerrighet hos tilskueren om å finne ut mer om situasjonen de er i. Ved å påpeke hvor håpløs situasjon de er i, viser hun sympati og bygger på den måten autentisitet (jf. Brockington, 2014, s. 106). Det vises klipp av en ung kvinne med en liten gutt på armen, med teksten «Bhima (17)» på skjermen. Deretter vises en eldre kvinne som feier en gårdsplass mens teksten «Sitala» vises på skjermen. Marna og Mia kommer gående opp en bakke til huset der Bhima og Sitala holder til. Alle fire setter seg ned ute på plassen og sorterer bananer som de legger i en kurv. I neste scene sitter Marna og Mia vis à vis Sitala og snakker sammen på gårdsplassen. Tilskueren får vite mer om situasjonen hennes. Hun forteller at hun skulle ønske de eide jord så de slapp å kjøpe bananer av andre for å selge, men fordi de er kasteløse og uten statsborgerskap får de ikke eie sitt eget. Marna spør oppgitt: «Blir man ikke født med statsborgerskap?». Sitala svarer med at det trengs en mann for å bekrefte det, noe hennes tidligere mann ikke gjorde. Derfor må de hugge bananer i andre sin skog for å få råd til mat. Mens hun forteller, ser Marna ned i bakken med et tomt blikk. De triste følelsene Marna viser forsterker det håpløse i Sitalas situasjon, og knytter tilskueren til lidelsen og forsterker effekten hos tilskuerne (jf. Chouliaraki, 2013, s. 86).

En ny scene viser de fire kvinnene komme gående i en skog mellom tettvokste banantrær. Marna og Mia leier Sitala og Bhima i hendene, og bærer banankurvene med nakken. Ved å leie hender oppstår det en fysisk nærhet og intimitet mellom kvinnene. Slik viser Marna og Mia empati og tegn på omsorg, og gjør at tilskueren oppfatter de som 'ordinære' mennesker, og likestilte med Sitala og Bhima (Jerslev, 2014, s. 177). Dette bidrar også til å bygge opp Marna og Mia som autentiske og troverdige.

Den instrumentale og oppløftende musikken under bildet indikerer at kvinnene er sterke og selvstendige. Når de kommer frem utbryter Marna: «Åh, her er det bananer! Fy søren, det var ikke lite heller!», mens hun andpusten tar av seg banankurven. Mia sier: «Ha alt dette oppi [kurven]!», etterfulgt av Marna som svarer igjen: «Oppi disse kurvene og bære med nakken!». «Det blir fint», svarer Mia ironisk. Ved å bruke virkemiddelet ironi får de tilskueren til å reflektere over hvor mye bananer de skal bære og den fysiske smerten det innebærer, noe som minner tilskueren på den absurde urettferdigheten de er vitne til (Chouliaraki, 2010, s. 117).

Marna prøver å hugge ned et banantre. Det ender med at alle begynner å le, før hun sier: «Jeg prøver så godt jeg kan». Sitala tar over og hugger ned treet, før Marna hugger av bananklasene. Imens forteller Mia på voice-over: «Man ser jo at kulturen er en helt annen. De har ikke samme kvinnesyn her som de har hjemme. Man har et felles ansvar. Ikke som her, hvor kvinnene har ansvar for barn, mat og masse jobb i tillegg». Når Mia poengterer hvor stort ansvar som hviler på dem som kvinner, viser hun sympati med Sitala og Bhima, noe som igjen autentiserer opptredenen hennes (jf. Brockington, 2014, s. 106). Deretter vises Marna og Sitala som bærer på en gren med bananklaser. Marna gliser og uttrykker stolt: «Det er 25 kg. Det skal jeg bære. Det var kult, da!». De hogger ned flere banantrær, før de begynner å plukke av bananer, teller dem og legger dem i kurvene. Det legges på en mer melankolsk, tradisjonell musikk, og stemningen endrer seg til mer alvorlig. Marna og Mia teller opp alle bananene og finner ut hvor mye de skal betale, før det vises bilde av Bhima som betaler en eldre mann for bananene.

De gjør seg klare til å gå tilbake og Marna og Mia får på seg kurvene med bananer. Så fort de begynner å gå, utbryter Marna: «Oh my God! Det er ikke sant!», etterfulgt av Mia: «Dette går ikke an!». De blir motløse, og den fysiske smerten og ubehaget de kjenner på når de bærer de tunge kurvene med bananer, vekker en 'kroppslig empati' i dem som også overføres til tilskueren. Den kroppslige empatien er en form for innlevelse som kan forklares ved en form for automatisk overføring av andres kroppslige tilstand (Lindøe, 2017, s. 185). Når tilskuerne eksponeres for den kroppslige sårbarheten, vil de forestille seg hvordan det er å være der og hvordan det oppleves. Her er det særlig den kroppslige innlevelsen til Marna og Mia som autentiserer opptredenen og engasjementet deres.



ILLUSTRASJON 6: Marna og Mia får på seg kurvene med bananer som de skal bære tilbake

Mens musikken fortsetter, vises det flere klipp av at de går tilbake. Deretter vises det nærbilde av Marna, der hun er utmattet og sier: «Åh. Stopp... Nei... Det er liksom som å bære to matvareposer hjem fulle av melk. Man blir helt vissen i fingrene. Sånn er jeg nå fra øyenbrynene og ned i ryggen». Tilskuerne kan her bare forestille seg den fysiske smerten og hvor tungt det er, når

Marna sammenligner det med å bære matvareposer fra butikken. Mia bekrefter hvor tungt det er når hun sier: «Å gjøre det hver dag hadde vært grusomt». Deretter sier Marna igjen at: «Det er jo ikke bra å gå på denne måten. De har sikkert sin teknikk, men... Nå har jeg skallebank!». Mia må dytte Marna i rumpa for at hun skal klare å komme opp en liten steinur. Det klippes til Marna og barna hennes som går på et fortau hjemme i Oslo, før de vises inne på en matbutikk. Klippet er i sort-hvitt, og forsterker kontrastene og det håpløse i Bhima og Sitalas situasjon når hun forteller på synk: «Vi klager over reiseveien til barnehagen, og Gud forby om det er en omvei å komme seg til matbutikken. Men dette gjør Bhima og Sitala hver dag. To timer til bananskogen, to timer til markedet i hver sin retning». Slik inviterer hun tilskueren til å reflektere over situasjonen til Bhima og Sitala, og etablerer en empatisk relasjon med dem (jf. Brockington, 2014, s. 107). Ved å sammenligne hennes egen hverdag hjemme som tilskuerne kjenner seg igjen i, med Bhima og Sitalas, legger hun opp til at tilskuerne kan sette seg inn i situasjonen deres, uten å selv være til stede. Slik forsterker Marna tilknytningen til tilskuerne (Chouliaraki, 2013, s. 86), og den empatiske relasjonen hun etablerer gjør at hun oppfattes som mer ekte og troverdig (Brockington, 2014, s. 106-107).



ILLUSTRASJON 7: Marna og Mia bærer kurver med bananer

Når kvinnene er tilbake fra bananplantasjen, får Marna og Mia av seg banankurvene, og fremstår utmattet, svette og følelsesladde. Marna klapper Sitala på ryggen og sier: «You are a strong woman!». Her viser Marna sympati med Sitala, ved å vise at hun føler med henne som må gjøre dette hver dag (jf. Brockington, 2014, s. 106). Marnas følelser for henne forsterkes av at hun selv har fått kjenne på smerten og ubehaget. Mia sier at hun er: «svett og jævlig», før det klippes til Marna som gråter og sier: «Nei, dette var ikke en gøy tur, og nå gråter jeg fordi jeg syntes synd på meg selv». Hun endrer stemningsleie og sier litt sint: «På 500 bananer sitter hun igjen med en profitt på 20 kroner. 20 kroner!». Mia svarer: Ja, og det er to fulle kurver som vi har båret». Marna fremstår opprørt og rister på hodet mens hun sier: «Jeg blir bare forbannet. Skal hun ikke få muligheten til å ha egne banantrær, liksom?», «Nei, fordi hun ikke får lov til å eie noe, fordi

mannen ikke ville skrive under på papirene», svarer Mia. Etterfulgt av Marna: «Mhm.... Utakk er verdens lønn». De gir hverandre en «high-five» og klemmer hverandre.

I denne sekvensen oppfattes Marna og Mia som troverdige og autentiske, særlig på grunn av den direkte kroppslige innlevelsen som oppstår når de bærer bananer og kjenner på fysisk smerte og ubehag. Dette vekker en 'kroppslig empati', og når tilskuerne eksponeres for den kroppslige sårbarheten, kan de selv forestille seg hvordan det er å være der og hvordan det oppleves. Det at Marna og Mia selv er til stede og bruker kroppene sine til å oppleve ubehag er en måte å bygge opp troverdighet og autentisk engasjement på. Sider ved dette og hvordan det kroppslige autentiserer, er imidlertid ikke reflektert i teorien jeg bruker, men jeg mener det kan knyttes til Brockingtons autentisitetstrategi om empati (2014, s. 106), da den kroppslige innlevelsen beskrives som en måte å vekke kroppslig empati på. Dette er observasjoner jeg selv har gjort, og jeg mener at denne måten å engasjere på, i stor grad bidrar til å bygge autentisitet og troverdig engasjement. Som resultat av den kroppslige innlevelsen og empatien som oppstår, får Marna og Mia også sterke følelser og viser sympati med Bhima og Sitala. Å benytte strategiene om empati og sympati vil være tegn på omsorg, dersom kjendisene behersker emosjonalitet (Jerslev, 2014, s. 177). Marna og Mia viser at de behersker dette, og fremstår derfor som ekte og autentiske i sine engasjement og samhandling med Sitala og Bhima.

En ny sekvens etter turen til bananplantasjen, viser Marna og Mia som sitter og snakker sammen med Bhima. Det blir en følelsesladet samtale, der det håpløse i Bhimas situasjon forsterkes ytterligere når hun forteller hvorfor og hvordan hun havnet i situasjonen hun er i. Marna og Mias følelser for Bhima forsterkes av at de selv har fått kjenne på lidelsen og hvor hardt hun må jobbe for å klare seg. Som vist over, fremkalte dette sterke følelser og empati i Marna og Mia, noe som i stor grad bidrar til å bygge autentisitet og troverdighet (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Bhima er trist i blikket og fremstår fortvilet mens hun forteller: «Jeg giftet meg svært ung. Jeg trodde det ville hjelpe mamma. Men han misbrukte meg, og da jeg skulle føde tok han meg med hit og forlot meg. Rett etter fødselen ble Sunil [sønnen] syk. Han måtte opereres. Vi hadde ikke penger til operasjonen så mamma tok opp lån for å betale». Klippene veksler mellom å vise nærbilder av Bhima, og Marna som er på gråten, og slik oppstår det en forestilt og intim nærhet til dem (Kjeldsen, 2009, s. 62). De sterke følelsene Marna viser knytter også tilskueren nærmere Bhima, og forsterker effekten (jf. Chouliaraki, 2013, s. 86). Ved å vise sterke følelser og holde

igjen tårer, fremstår Marna som lidenskapelig og kan oppfattes som genuin og autentisk (jf. Chouliaraki, 2013, s. 102).

Neste scene viser klipp i sort-hvitt av barna til Mia som leker hjemme, mens Mia forteller på voice-over: Det verste som kunne ha skjedd når man er mamma er at barna blir syke eller at man ikke kan gjøre noe. Noe man ikke kan løse for barna, eller at barna har det godt». Her peker Mia på morsrollen igjen, og viser sympati med Bhima som befinner seg i situasjonen hun beskriver (jf. Brockington, 2014, s. 106). Slik inviterer hun også tilskueren til å reflektere og føle medlidenhet og sympati med henne.

Tilbake til samtalen med Bhima spør Marna: «Så du giftet deg for å rømme fra fattigdom? Du endte uten en ektemann og skylder enda mer penger. Så det er bare blitt verre». Bhima nikker. Her forsterker Marna det håpløse i Bhimas situasjon ytterligere. Ved å påpeke elendigheten og gjennom måten hun ser på Bhima, får tilskueren en fornemmelse av at hun viser sympati og medlidenhet med henne. Dette bidrar også til at Marna sitt engasjement oppfattes som autentisk (jf. Brockington, 2014, s. 106). Deretter vises Marna på synk og forteller: «Jeg syntes...at alt er vanskelig. Bare å sitte der og få alle disse historiene innpå seg er...», det vises klipp i sort-hvitt av henne hjemme med familien sin som ser på hver sine skjermer, mens hun fortsetter: «Når du sitter hjemme på Facebook er det så lett å hoppe forbi det, for du beskytter deg mot det emosjonelle. Men for meg er det sikkert ingenting i forhold til den som forteller det. De lever i dette. Det er sånn det er». Deretter spør Marna Bhima igjen: «Tror du det er en løsning å gifte seg på nytt?». På det svarer Bhima at det kanskje er den eneste muligheten hun har. Mia forteller deretter på synk: «Uansett sted eller alder har du de samme oppgavene som mor, og det er å ta vare på barnet ditt. Men de har jo en utfordring bare med å få mat og klær. Mens her bekymrer vi oss jo for andre ting. De fleste i Norge har mat og klær. Og vi har jo gratis sykehus og et trygt helsevesen. Det har de jo ikke der». Her retter Mia igjen fokuset mot morsrollen og setter den i perspektiv. Hun oppfattes som autentisk, både fordi hun snakker av egen erfaring som ung mor, og fordi hun viser empati, medfølelse og sympati med Bhima gjennom det hun sier (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Etter samtalen med Bhima, snakker Marna og Mia om situasjonen hennes. De er tomme i blikket, og fremstår motløse og nesten på gråten. Mia viser empati når hun forteller at hun også fikk sitt første barn da hun var 16 år gammel, men at hun ikke hadde det som Bhima. Det klippes til Marna som bærer på sønnen til Bhima. Hun påpeker hvor annerledes det er å få barn når du er

16 år i Norge kontra Nepal, før Mia fortsetter: «Det er jo det at du er født på feil side av verden. Får du barn tidlig i Norge, har du en sjanse for at det skal gå bra. Hvis hun gifter seg på nytt med en lik mann, kommer hun til å bare ha enda et barn å ta seg av og ingen mann som hjelper til». Her forsterker Mia strategien om ekspert- eller erfaringsautoritet, da hun snakker av egen erfaring rundt det å bli mor i en ung alder, som gjør at hun oppfattes autentisk da hun enklere kan relatere seg til situasjonen Bhima er i (Brockington, 2014, s. 106). Til slutt sier Marna: «Jeg bare ønsker at hun får seg en mann som er snill, men voldelig far, voldelig ektemann, og nå antakelig en ny voldelig ektemann. Det er liksom det du får da». Marna får delte følelser med Bhima som et resultat av at hun selv er mor, som forsterkes når hun vises sammen med sønnen til Bhima. Slik viser hun omsorg og empati, som fremstår som resultat av den delte affiniteten gjennom det å være mor. Dette gjør også at Marna oppfattes som autentisk (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Det er flere faktorer her som bygger opp Marna og Mias opptreden som autentisk og troverdig. Relasjonen deres til Bhima forsterkes av at de er mødre, og som resultat av det fremstår de som empatiske. De delte følelsene forsterkes av den kroppslige empatien som oppstod da de bar bananer, som igjen fremkaller sympati og en sterk medfølelse som gjør at de her oppfattes som autentiske og troverdige i måten de engasjerer seg og opptrer på (jf. Brockington, 2014, s. 106).

5.4 STERKE FØLELSER FOR DEN LIDENDE FORSTERKER DET AUTENTISKE

I denne sekvensen inviteres tilskueren igjen til å reflektere over hvor langt man som mor er villig til å strekke seg for barna sine. Her møter Marna en nepalsk kvinne og mor som må prostituere seg for å brødfø og ta seg av barna sine. Møtet mellom Marna og kvinnen fremstår som sterkt og følelsesladet, og her ser jeg særlig på følelsene Marna får som følge av kvinnens lidelse, og hvordan dette gjør at hun oppfattes som autentisk.

Sekvensen åpner med Marna som filmes mens hun kommer gående i et slum-lignende nabolag, og forteller: «Nå er jeg ganske spent, for jeg vet ikke helt hvem jeg skal treffe. Jeg vet at det er ei mor som jobber her som prostituert. Det er bare det jeg vet, så jeg tenkte jeg skulle finne ut litt



ILLUSTRASJON 8: Marna er på vei til huset der hun skal møte kvinnen Sushila

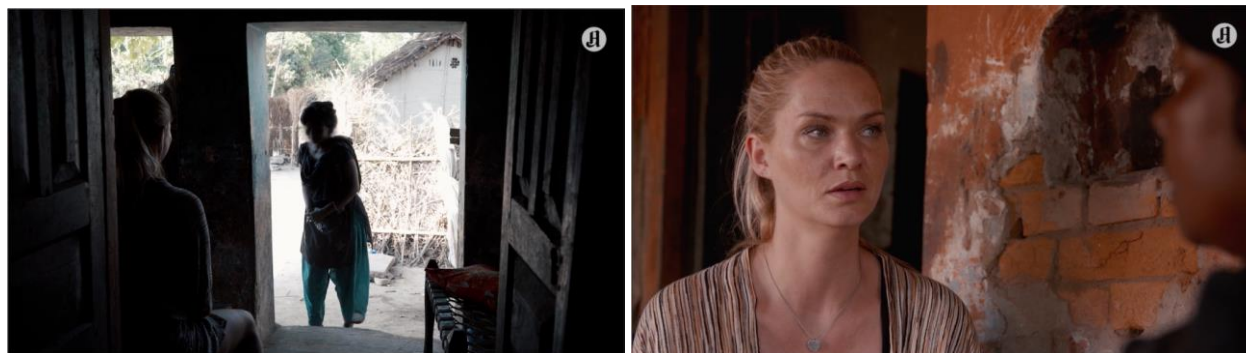
mer». Marna fremstår som spent på hva som venter henne, men hun poengterer også at det er en litt hardere og mer trykket stemning her enn de andre stedene de har besøkt.

Når Marna kommer frem, får hun vite av en annen kvinne at kvinnen hun skal møte er opptatt med en kunde. Mens Marna venter får hun en omvisning i huset der kvinnen hun skal møte bor. Mens de er inne i huset, endrer stemningen seg brått. Marna blir tydelig ubekvem og det hun ser vekker sterke følelser i henne. Huset er primitivt, med flassende murvegger og sprekker i gulvet. Rommet de er inne i har et lite vindu med gitter foran, og er innredet med kun en seng. Marna uttrykker blant annet at «dette er jo ei gammel rønne!». Etter at hun har sett seg rundt, har hun vanskelig for å holde tårene tilbake. Mens hun går ut av huset igjen gråter hun, og sier: «Åh, jeg må konsentrere meg for å... Det blir litt mye». Ved å være inne i huset og komme 'under huden' på lidelsen og se det med egne øyner, forsterkes inntrykkene til Marna, og det vekkes også en 'kroppslig empati' i henne som bidrar til å bygge autenticitet.

Deretter veksles det mellom å vise klipp i sort-hvitt av sønnen til Marna som leker hjemme, og nepalske barn som hogger stein i steinbruddet de besøkte i første episode, mens Marna forteller på voice-over: «Vi ønsker ikke annet enn det beste for våre barn. Vi skåner de for virkeligheten. Vi forteller de eventyr, og kjøper leker som vi stolt forteller er 'fair trade', og sammen lever vi i ei boble og later som om alt er fint. Dessverre er det ikke slik for alle. Og ungene her nede blir ikke spart for inntrykk, ansvar og arbeid. Kanskje de er ærligere enn oss? De ser sannheten i øynene, fremfor eventyrene i bøkene. Slik er det i alle fall for Sushila». Og slik introduseres Sushila, mens hun kommer gående inn i huset der Marna sitter og venter på henne. Her trekker Marna inn morsrollen og 'viet' hun etablerte i den første sekvensen, som konstituerer målgruppen unge norske mødre. Hun setter barnas liv i perspektiv ved å sammenligne 'våre' barn, med de hun møter i landsbyen, og slik inviterer hun tilskueren til å reflektere over hvordan de har det, og kanskje bli mer takknemlig. Gjennom måten hun her kobler tilskueren til lidelsen, etablerer hun en empatisk relasjon med tilskuerne. Dette bidrar også til at hun oppfattes som autentisk (jf. Brockington, 2014, s. 107).

Marna og Sushila hilser på hverandre, før Sushila setter seg ned ved siden av Marna. Da Marna har en strukturell likhet til Sushila gjennom det å være mor, oppfylles Brockingtons kriterium om affinitet, eller tilhørighet. Marnas tilknytning til Sushila forsterkes dermed av at de begge to er mødre. Det at hun selv er mor gir også Marna en ekspert- eller erfaringsautoritet, som ifølge Jerslev anses for å være den sterkeste autenticitetsstrategien (2014, s. 177). Denne autoriteten gjør

at hun enklere kan relatere seg til og sette seg inn i situasjonen til Sushila, og danner grunnlag for at Marna oppfattes som autentisk i møte med Sushila (Brockington, 2014, s. 106). Mens de sitter vis-à-vis hverandre, sier Marna til Sushila: «I see you have problems with your hand and foot. Is it painful?». Sushila svarer: «Sometimes». Marna stiller henne en rekke spørsmål, og det kommer frem at hun både bor og jobber i huset de sitter i, som er det samme som Marna fikk omvisning i tidligere. Marna spør Sushila hvor barna hennes er mens hun jobber, da svarer hun at hun ikke ønsker at de skal vite hva hun driver med, så de er ute og leker. Det kommer også frem at hun ikke vet hvem som er faren til barna hennes, fordi det har vært så mange menn. Når Marna får Sushilas historie innpå seg og ser og kjenner på hvordan hun bor og lever, vekkes det sterke følelser i henne som sinne og indignasjon. Mens Sushila filmes bakfra i døråpningen, forteller Marna opprørt på voice-over før hun etter hvert vises på synk: «Når du er født i Norge, kan du fint ha 'far ukjent', men det er ingenting som henger ved deg, og det er ingenting som vil prege deg for resten av livet. Det er ingen som kan se på etternavnet ditt hvor du kommer fra. Du kan være født fattig som bare det, og likevel ha mulighet til å jobbe deg opp. Du kan få hjelp til utdanning. Bare du vil, så har du mulighet til å gjøre nesten hva faen du vil med livet ditt, fordi du kan bestemme det selv. En Badi er bare... Ingenting. Du er stemplet fra fødselen av, på grunn av et kastesystem som systematisk undertrykker mennesker fordi noen andre tjener på det». Når Marna forteller hvordan Sushila undertrykkes, fremstår hun nærmest forbannet. Ved å uttrykke følelser som sinne, frustrasjon og indignasjon, viser hun sterk medfølelse overfor Sushila, på samme tid som hun forsterker det håpløse i situasjonen hennes. Her viser Marna ekte og genuint engasjement, da de sterke følelsene hun får for Sushila indikerer at hun har empati, medfølelse og sympati med henne. Tilskueren kan få en fornemmelse av at Marnas følelser forsterkes fordi hun selv er mor. Disse faktorene bidrar i stor grad til å bygge autentisitet og styrker troverdigheten hennes (Brockington, 2014, s. 106).



ILLUSTRASJON 9: Marna sammen med Sushila

Sushila forteller videre at hun bare hadde hatt mensen to ganger før hun begynte å selge sex. Etterfulgt av: «Jeg er en Badi, så jeg er født inn i dette. Det er ikke noe å gjøre med det. Jeg må ta meg av begge barna mine. Denne morgenen hadde vi ikke mat. Vi har ingen penger. Hver dag er slik». Sushila fremstår ikke som at hun ønsker hjelp fra tilskueren om å komme seg ut av situasjonen hun befinner seg i. Hun fremstiller historien sin uten å innta en klar offerrolle, og tilskueren får inntrykk av at hun aksepterer situasjonen hun er i, og gjør det hun må for å overleve. Dette står i stor kontrast til Marnas liv, og forsterker følelsene hennes for Sushila ytterligere. Mens Sushila forteller, knekker Marna sammen og begynner å gråte igjen. Slik fremstår Marna som lidenskapelig i møte med Sushila, da hun holder igjen tårer og bryter sammen når Sushila forteller om lidelsen hennes og de vanskelige valgene hun må ta som mor. Slik oppfattes hun også som autentisk (jf. kapittel 2.3.2). Deretter forteller Marna: «Jeg får lyst til å bare flykte herifra og bare glemme at jeg var her. Dette huset er bare å fjerne. Jeg sitter her, og jeg føler meg så ... skitten. Og her går det små barn. Jeg har et problem... Nei, jeg vet ikke. Hva er det jeg klager over?». Til slutt vises Marna som gråtkvalt forteller Sushila: «Jeg er selv mor, og jeg ville ha gjort alt for mine barn. Så jeg respekterer deg som en kvinne og som en mor, selv om ting er veldig vanskelig for deg». Morsrollen kommer i fokus igjen, og Marna fremstår som empatisk og sympatisk når hun indirekte sier her at hun ville gjort akkurat det samme for sine barn som Sushila, hvis hun måtte. Måten hun uttrykker følelser på overfor Sushila, og viser empati og sympati, gjør at hun oppfattes som autentisk og lidenskapelig i opptreden hennes (Brockington, 2014, s. 106; Chouliaraki, 2013, s. 103).

Den delte affiniteten og tilhørigheten Marna og Sushila har gjennom å være mor, gjør at Marna enklere forstår henne og valgene hun må ta, og bidrar til at hun oppfattes som autentisk. De delte følelsene og empatien hun har med Sushila, oppfattes som et resultat av den delte affiniteten, og styrker autenticiteten og troverdigheten hennes ytterligere (Brockington, 2014, s. 106). I tillegg viser hun sympati og sterke følelser som følge av Sushilas lidelse. Følelsene oppfattes som ekte og genuine, og hun fremstår lidenskapelig i måten hun uttrykker de på. Disse faktorene gjør også at Marna i stor grad oppfattes som ekte og troverdig (jf. Brockington, 2014, s. 106; Chouliaraki, 2013, s. 103).

5.5 FÅR KJENNE PÅ KROPPEN HVORDAN DET ER Å VÆRE KVINNE OG MOR I NEPAL

I sekvensen hvor Marna og Mia treffer Sunita og Bishna, utsettes de også for fysiske prøvelser og får kjenne på kroppen hvordan det kan være å være mor i Nepal. Her får Marna og Mia erfare hvordan tradisjonen «chaupadi» praktiseres, som innebærer at kvinner må sove ute når de har

mensen. Her ser jeg på hvordan reaksjonene og følelsene som vekkes i dem, gjør at de kan oppfattes som autentiske.

Sunita introduseres til serien når Marna forteller på voice-over: «I dag er vi skikkelig langt ute på landsbygda. Vi skal ikke møte kasteløse, og de er ikke fattige som de andre. Men en tradisjon viser hvor tøft det er å være kvinne og mor her. Som kvinne er du skitten én gang i måneden. Når du har mensen». Her uttrykker Marna empati med kvinnene de skal møte når hun peker på en tradisjon som gjør det vanskelig å være kvinne og mor i Nepal, noe som gjør at hun her oppfattes som autentisk. Det går også frem at kvinnene de skal treffe er mødre, som igjen legger opp til at Marna og Mia kan oppfattes som autentiske i møte med dem, på grunn av deres delte affinitet og tilhørigheten de har til hverandre gjennom det å være mor (jf. Brockington, 2014, s. 106).



ILLUSTRASJON 10: Marna og Mia snakker med Sunita og Bishna

I neste scene sitter Marna og Mia på noen små benker i et åpent landskap og snakker med Sunita. Hun forteller dem om tradisjonen «chaupadi», som innebærer at de ikke får lov til å være inne i huset under menstruasjon. Marna bryter ut, litt panisk: «So you have to sleep outside??». Sunita svarer: «Ja. Når du har menstruasjon er du skitten. De andre kan bli syke av å røre deg. Da koster det familien mange penger for å bli friske igjen». Marna uttrykker «Wow», mens hun himler med øynene. Mia spør Sunita om hun tror at dette vil skje om du går inn i huset når du har menstruasjon. Hun svarer: «Jeg vet ikke...». Marna og Mia blir lettere sagt sjokkerte over det Sunita forteller dem. Måten de reagerer på, og når Marna forteller Sunita at det ikke er slik der de kommer fra, viser at det strider med deres egne moralske og etiske verdier.

Marna og Mias reaksjoner her skiller seg fra de tidligere sekvensene. Her er særlig Marnas reaksjon fremtredende. Gjennom måten hun svarer Sunita på, og ved å bruke ord som «wow» og himle med øynene, oppfattes hun som lite empatisk, og viser ikke sympati og medlidenhet i form av medfølelse og positive følelser som sympatiserer med Sunita. I stedet blir hun satt ut, og vet

ikke hva hun skal si. Dermed oppfattes Marna som lite autentisk i forhold til Brockingtons kriterier til autenticitet som omhandler empati og sympati (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Tilskuerne presenteres deretter for Bishna, når Marna forteller på voice-over at: «Chaupadi er faktisk forbudt nå, men blir likevel praktisert, selv av Bishna som er mor og jobber som lærer på en barneskole». Marna fremstår som overrasket over at Bishna som er mor og utdannet som lærer, og er verken fattig eller kasteløs, må følge denne tradisjonen. Mens de sitter og snakker med Bishna, forteller hun: «Mine svigerforeldre følger denne tradisjonen. Jeg tror ikke lenger det er slik, men de er helt besatt og nekter å stoppe». Hun forteller også at det påvirker barna hennes, som helst vil være med moren sin, og at hun mister mye tid med dem, og blir avhengig av hjelp for å gi de mat. Marna og Mia overraskes av det Bishna forteller dem. Mia viser medfølelse når hun påpeker til Marna hvor stor risiko kvinnene tar, og oppfattes på den måten som autentisk (jf. Brockington, 2014, s. 106), mens Marna på sin side er mer opprørt og svarer med: «Jeg skal gå å slå i hjel de eldste i huset sånn at de slutter med det... unnskyld altså, men». Her brukes det igjen ironi som virkemiddel som får tilskueren til å reflektere over urettferdigheten de er vitne til (Chouliaraki, 2010, s. 117).



ILLUSTRASJON 11: En hytte som brukes under tradisjonen «chaupadi»

Marna og Mia snakker med Sunita igjen, som forteller dem: «Jeg er alltid redd når jeg sover ute om natten. Redd for å bli voldtatt siden vi er ved veien. Det er slanger som kan kripe inn, det er kaldt og mygg som gjør at vi kan bli syke. Jeg vil helst sove inne i huset. Der føler jeg meg trygg og varm». Sunita erkjenner på lik linje som Bishna at hun skulle ønske de ikke måtte følge denne tradisjonen lengre. Hun er også klar på hvor redd hun er for å sove ute, både redd for å bli voldtatt og andre faktorer som setter henne i fare. Ved å påpeke hvor farlig tradisjonen kan være, legger Sunita opp til at Marna og Mia og tilskuerne skal føle sympati og medlidenhet med henne. Sunita tar deretter med seg Marna og Mia og viser dem hytta hun må sove i når hun må sove ute. Marna og Mia begynner å diskutere seg imellom på norsk. Mens hun tar på hytta og kjenner på

gulvet, sier Marna: «Her skal hun sove...». Mia forsøker å vise forståelse når hun svarer at flere kan jo sove sammen i hytta. Marna svarer igjen: «Jo jo, det er ikke det. Det store problemet er at veien er der! Sel! Det er monsun, det regner, det er kaldt, mygg... For å si det sånn, jeg sover ikke der!». Mia: «Nei, det hadde aldri skjedd». Marna: «Ikke faen». Marna og Mia forsterker det håpløse i situasjonen til Sunita og Bishna ved å fremstå som sinte og opprørte over konsekvensene av tradisjonen «chaupadi». De sterke følelsene de viser som sinne og frustrasjon kan være et forsøk på å vise sympati og medfølelse, men måten de uttrykker seg på signaliserer at de har en overlegen holdning og viser lite forståelse for kulturen og konteksten og at kvinnene ikke har noe annet valg enn å sove i hyttene, til tross for at de vet det er farlig. Dette gjør at engasjementet deres oppfattes som lite autentisk her. Men ved å se og kjenne på hyttene, vekkes det imidlertid det Lindøe beskriver som en 'kroppslig empati' hos tilskuerne, som forsterker deres følelser og tilknytning til lidelsen. Ved og eksponeres for den kroppslige sårbarheten gjennom Marna og Mia, kan de forestille seg hvordan det er å være der og hvordan det oppleves (Lindøe, 2017, s. 185). Marna spør Bishna om hun vil stoppe med tradisjonen når de eldre har gått bort. På det svarer hun at «denne tradisjonen er svært problematisk, så jeg vil slutte med det når det er mulig». Marna svarer igjen: «Jeg håper det skjer raskt. Du har en ny baby på vei, det ville vært bra for dere å sove inne». Like etterpå forteller Marna på voice-over at: «Det å være mamma... Da har du fått tildelt et menneske, og da må du utruste ungene til det livet de har i møte. At de opplever mestring, at de har det fint på skolen, at de tør å si ifra og tør å ta egne valg». Selv om Bishna også er mor, har hun ikke de samme forutsetningene som Marna for å gjøre dette. Her kunne Marna ha bygget autentisitet da hun snakker med en ekspert- og erfaringsautoritet om hva morsrollen innebærer og hvilket ansvar man har som mor, men hun viser lite empati, sympati og forståelse for situasjonen som Bishna er i, og skaper dermed ikke autentisitet i tråd med Brockingtons autentisitetsstrategier (2014, s. 106). Hun oppfattes dermed ikke som autentisk her, da hun i stedet for å vise sympati og medlidenhet, viser liten forståelse for den kulturelle konteksten.

Kontrastene mellom Marna og Bishnas liv forsterkes når det vises klipp i sort-hvitt av barna til Marna som koser og leker sammen. Ved å påpeke hvor viktig det er å tørre å si ifra og ta egne valg, sier hun implisitt at Bishna må tørre å stå opp for seg selv, for så å lære sine barn opp til det samme. Ved å fortsette å sove ute aksepterer hun tradisjonen, og de vil fortsette å være undertrykte. I følge Jerslev, anses autentisitetsstrategien om ekspert- eller erfaringsautoritet som Marna forsøker å belage seg på her, ofte for å være den sterkeste autentisitetsstrategien (2014, s. 177). Hun forsøker å fremstå som en erfaren mor som vet godt hva som er best for barna sine, og hva som vil være bra for Bishna og hennes barn. Men i stedet for å fremstå som troverdig og

autentisk, ender Marna opp med å fremstå som nærmest litt dømmende, da hun viser få tegn til sympati, og liten forståelse for de kulturelle forskjellene og hvor vanskelig det er for Sunita og Bishna å gå imot de sterkt forankrede tradisjonene. Marnas reaksjon fremstår som resultat av at tradisjonene strider med hennes egne moralske og etiske verdier. Hun ville derimot fremstått som mer autentisk og troverdig dersom hun hadde vist mer forståelse og sympati med kvinnene, og tatt de kulturelle forskjellene med i betraktningen (jf. Brockington, 2014, s. 106).

I neste scene ser Marna og Mia at Bishna holder på å gjøre hytta klar for natten. Marna utbryter litt panisk til Mia: «Jeg lurar på hvorfor det ligger to grønne matter inni den hytta. Jeg skal ikke sove der! Jeg trenger ikke å sove der for å vite hvordan de har det. Jeg har god fantasi!». Bishna tar med seg Marna og Mia bort til hytta mens hun forteller dem at det er tenkt at de skal sove der. Marna svarer raskt: «Why?», mens hun ler sarkastisk, og fortsetter: «Oh my God, you are serious». Mia ler, mens hun sier: «Jeg har ikke mensen. Hvis vi gjør det, tror de at det er greit at man skal gjøre det. At hun ikke kan stå opp for at hun ikke vil». Deretter sier en mannlig stemme på norsk: «Dere skal sove der». Marna blir litt sint, og svarer: «Nei, vi skal... Nei, du, nei, nei, nei...» Han gir dem en 'walkie-talkie', men Marna nekter, og sier videre: «Jeg gjør det ikke. Det er ikke aktuelt engang. Det er farlig, jeg kommer ikke til å gjøre det. Det er interessant og veldig... Det er sånn 'overlevelse i busken', men det er ikke et sånt program vi lager. Vi lager faktisk et program om kvinners rettigheter, mødre og alt. Vi skal ikke sove i den hytta i natt». Hun blir sint, og er klar i sin tale om at hun nekter fordi hun mener det er oppriktig farlig, og fordi de ikke er undertrykt. Her autentiserer det kroppslige, når de forestiller seg hvordan det er å sove i hytten, og når Marna får panikk og nekter. Den kroppslige empatien som vekkes, overføres også her til tilskueren og gjør at tilskueren kan sette seg inn i og føle på Marna og Mias kroppslige tilstand (Lindøe, 2017, s. 185). De sterke følelsene Marna uttrykker oppstår som følge av frykt og redsel, men også fordi hun står opp for seg selv og nekter å la seg undertrykke. Mia påpeker at hun har ikke mensen, og frykter at dersom de gjør det, vil de nepalske kvinnene tro at det er innafor. Marna og Mia ender opp med å overnatte i et telt i stedet. Inne i teltet forteller Marna til personen bak kameraet: «Hvorfor skal jeg ligge der? Det er jo ei uren hytte, og det er der kvinner som er undertrykt blir plassert. Jeg har ikke noe der å gjøre, for jeg er ikke undertrykt, jeg gjør det jeg vil».

Her er det tenkt at Marna og Mia skal få kjenne på kroppen hvordan det kan være å være kvinne og mor i Nepal, og hvordan det er å sove ute som følge av tradisjonen «chaupadi». De nekter imidlertid å sove ute, fordi de mener det er farlig og fordi de ikke vil la seg undertrykke, i håp om at Sunita og Bishna skal gjøre det samme. Her vurderer jeg ikke Marna og Mias opptreden som

autentiske i tråd med hva Brockington mener skaper autentisitet, da de ved å nekte å sove ute i hytta viser liten grad av forståelse, empati og sympati med de nepalske kvinnene.

5.6 OPPSUMMERING

Måten Marna og Mia opptrer og engasjerer seg på i Motherhood gjenspeiler seg i Brockingtons autentisitetsstrategier, og gjør at de i stor grad kan oppfattes som troverdige og autentiske (Brockington, 2014, s. 106). Ved at de selv er mødre og til stede i Nepal og treffer kvinnene og mødrene bak historiene som fortelles, gjør at de snakker om lidelsen og videreformidler den på en genuin, lidenskapelig og engasjerende måte. Ved å se lidelsen på nært hold utvikler de også en emosjonell tilknytning til temaet, som gjør dem bedre kvalifisert til å formidle lidelsen og erfaringene, da de selv kan relatere til den (jf. Brockington, 2014, s. 107; Jerslev, 2014, s. 177).

Morsrollen, som er det gjennomgående temaet for serien, etableres når Marna og Mia i begynnelsen av serien fremstilles som alminnelige mødre, og kobles til andre mødrer de skal treffe i Nepal. Dette bidrar til å bygge opp autentisitet og troverdighet, da Marna og Mia kan ta med seg den intellektuelle kunnskapen og erfaringen de har som mødre inn i relasjonene med kvinnene de møter. Dette i tråd med Brockingtons tanke sett om at autentisitet kan skapes gjennom å vise at man har god kunnskap og erfaring som gir en spesiell innsikt i andres tilstand (2014, s. 106). Den andre autentisitetsstrategien om affinitet og tilhørighet, bidrar også til å styrke Marna og Mias autentisitet og troverdighet i serien. Marna og Mia har en strukturell likhet og tilknytning til de 'andre' gjennom det å være mor, noe som danner et solid grunnlag for å oppfatte de som autentiske og troverdige.

Det skapes også autentisitet gjennom måten morsrollen uttrykkes på i relasjoner. Dette kommer særlig til syne gjennom relasjonen Mia får til Sandhya i første episode. Mia fremstår som en omsorgsperson overfor Sandhya og relasjonen som etableres mellom dem understreker et mor-datter-forhold som mangler i Sandhyas liv. Følelsene Mia får for Sandhya forsterkes fordi Mia selv har barn som er jevnaldrende med Sandhya. Her bygger hun autentisitet ved å bruke erfaringen og kunnskapen hun har som mor til å vise omsorg og empati, og sympati for Sandhya (jf. Brockington, 2014, s. 106).

Følelser Marna og Mia får for de lidende forsterkes når de selv får kjenne lidelse på kroppen. Dette kommer frem når de blir med Bhima og Sitala på en bananplantasje og må bære bananer. Når de selv utsettes for lidelsen, fremkalles det en 'kroppslig empati' i dem. Dette igjen,

fremkaller sterke og ekte følelser i dem, som gjør at de oppfattes som autentiske. I sekvensen der de treffer Sunita og Bishna og det er tenkt at de skal sove ute, oppfattes de ikke nødvendigvis som autentiske, da de ved å nekte å sove ute i hytta viser liten grad av forståelse, empati og sympati med de nepalske kvinnene.

Autentisitet og troverdighet skapes igjen når Marna kommer tett på lidelsen i møte med Sushila som jobber som prostituert. Møtet mellom dem fremstår som sterkt følelsesmessig. Det at Marna besøker Sushila hjemme hos henne, gjør at hun får historien og lidelsen hennes tett innpå seg, og forsterker følelsene hennes for Sushila. Marna uttrykker særlig sterke følelser som gråt, men også sinne og frustrasjon over situasjonen Sushila befinner seg i. Følelsene hennes fremstår som ekte og genuine, og hun fremstår lidenskapelig i måten hun uttrykker de på. Slik fremstår Marnas opptreden også her som troverdig og autentisk.

Analysen viser derimot også at fokuset ved flere anledninger ender opp med å rettes mer mot Marna og Mia, fremfor de lidende. På den måten kan tilskuerne flere steder ende opp med å føle mer for Marna og Mia sine følelser for den lidende, fremfor den lidende. Dermed vil de lidende sine følelser og historiene de forteller, kunne farges av Marna og Mia sine egne følelser og synspunkt. Dette kan igjen begrense muligheten tilskuerne har til å reflektere over situasjonen de lidende befinner seg i, samt muligheten til å gjøre seg opp en mening uten og påvirkes av Marna og Mia. Dette, og andre utfordringer vil jeg drøfte i neste kapittel.

6 DRØFTING AV TILSKUERENGASJEMENT OG ETISKE UTFORDRINGER

Det kan være en viktig ressurs for humanitære organisasjoner å bruke kjendiser for å engasjere, dersom kjendisene oppfattes som autentiske og troverdige. Analysen viser at Marna og Mia stort sett oppfattes som autentiske og troverdige i måten de engasjerer seg på i *Motherhood*, men den belyser også interessante aspekter rundt deres møte med lidelsen og rollene de påtar seg.

Historiene som fortelles ville trolig ikke blitt fremstilt på samme måte, og effekten hos tilskueren ville trolig ikke vært like sterk, dersom Marna og Mia ikke stod i sentrum av fremstillingen. Hva har dette å si for engasjementstilbudet i serien? Som vist i teorikapitlet, finnes det etablerte måter å fremstille lidelse på, som er mønstre for hvordan vi betrakter andres lidelse (jf. kapittel 2.4.2).

Jeg vil derfor her drøfte hvordan serien tar i bruk disse fremstillingsmønstrene, og hva slags tilskuerengasjement Marna og Mia legger opp til i serien. Lener serien seg til et av de etablerte

lidelses topoi, eller representerer den noe som samsvarer med en ny sjanger? Det vil bli besvart i dette kapitlet. I tillegg vil jeg også foreta en etisk drøfting, da Motherhood også belyser etiske utfordringer ved bruk av kjendiser i humanitær kommunikasjon. Hvordan er fokuset på Marna og Mia, versus de lidende? Dette vil bli drøftet til slutt i kapitlet.

6.1 TILSKUERENGASJEMENT OG LIDELSENS TOPOI

Et mål med Motherhood er å legge opp til et tilskuerengasjement. Luc Boltanski (1999) anser det i utgangspunktet som problematisk at tilskuerne stilles overfor fjerne andres lidelse i mediene, fordi tilskuerne da vil ende opp med å kun være vitne til og betrakte lidelsen, uten å ta stilling til den og gjøre noe for å lindre eller stoppe den. Han peker på at det ikke vil være moralsk riktig å betrakte andres lidelse uten å handle og hjelpe den lidende, og mener derfor at fremstilling av lidelse kun vil være akseptabelt når det fører til handling hos tilskueren (Boltanski, 2011, s. 158). Ved å knytte dette til 'lidelsens topoi', viser han at det vil være mulig å kombinere flere former som legger opp til ulike engasjementstilbud som respons på lidelsen (jf. kapittel 2.4.2). Disse etablerte mønstrene for fremstilling av lidelse har også til hensikt å fremstille lidelsen på en måte der tilskueren ikke skal føle på meningsløshet og ubehag i møte med lidelsen (Lindøe, 2017, s. 187).

Hva gjelder tilskuerengasjement og sjanger, lar ikke Motherhood seg alltid like lett plassere innenfor én bestemt sjanger. På et overordnet sjangernivå er det medfølelsens topos som utgjør størst engasjementstilbud, da Marna og Mia stort sett fremstilles som velgjørere eller hjelpere i møte med de lidende, og da det vises mye medlidenhet i form av medfølelse og positive følelser som takknemlighet og ømhetsfølelse som legger til rette for å sympatisere med de lidende. Men, lidelse i Motherhood fremstilles også gjennom fordømmelsens topos, som legger opp til et tilskuerengasjement som hovedsakelig drives av sinne og indignasjon (Boltanski, 2011, s. 164-165). Utover disse er det også innslag av erkjennelsens topos, der tilskueren inviteres til å lære om lidelsens plass i andres liv, og hvordan håndtere lidelse (Lindøe, 2016, s. 143). I følgende del vil jeg vise og drøfte hvordan de ulike lidelses topoi kommer til uttrykk i serien.

6.1.1 Reise ut for å lære av andre mødre

I starten av serien fremstår Marna og Mia som to alminnelige norske mødre som skal reise til Nepal for å se hva de kan lære av andre mødre der. Slik starter serien med noe som ligner erkjennelsens topos, der tilskueren inviteres inn i en slags lytterrolle der det er mulig å lære noe om lidelsens plass i andre menneskers liv, samt evnen deres til å håndtere lidelsen (Lindøe, 2016,

s. 143). Her er det Marna og Mias nysgjerrighet på morsrollen og møtet med de de skal treffe i Nepal som tilsynelatende legges til grunn for tilskuerengasjementet. Når Marna i åpningssekvensen på Gardermoen påpeker at: «jeg tror ikke vi aner hvor godt vi har det. Som mor vil jeg så klart at ungene skal ha det beste, men tid og penger strekker ikke alltid til», før hun spør seg: «er det slik morsrollen skal være? Jeg vet ikke, derfor skal vi møte andre mødre og se hva slags valg de må ta», får vi inntrykk av at de skal få svar på og lære om dette av mødrene de skal treffe. Her kan tilskueren bare tenke seg til at Marna og Mia håper å bli mer takknemlige som mødre. Slik inviteres også tilskueren inn i en lytterrolle, der de kan lære mer om morsrollen gjennom Marna og Mias møter med disse kvinnene.

6.1.2 Lidende barn i sentrum

I den andre sekvensen som ble analysert der Mia treffer syv år-gamle Sandhya i et steinbrudd, vender engasjementstilbudet seg imidlertid bort fra erkjennelsens topos og går mer over i medfølelsens topos. I møtet med Sandhya fremstår Mia mer som en velgjører eller hjelper, fremfor en som skal lære om lidelsens plass i livet hennes. Når Marna forteller at Sandhya lever av å hogge stein og at faren er død og moren er borte, vekker dette sterke følelser som sympati og medfølelse, som igjen forsterker innslaget av medfølelsens topos. Rollen Mia påtar seg og viser omsorg for Sandhya, gir tilskueren en fornemmelse av at hun forsøker å fylle tomrommet til moren. Dermed er det Mia som innehar rollen som velgjører som tilskueren skal identifisere seg med. I samtalen med besteforeldrene til Sandhya rettes derimot oppmerksomheten mer mot moren til Sandhya. Her er det en fare for at engasjementstilbudet kan gå over i fordømmelsens topos, der moren til Sandhya pekes ut som ansvarlig for Sandhyas lidelse, ved å ha tatt valget om å ikke være til stede i oppveksten hennes. Dette avfeies derimot når tilskueren får vite at hun har valgt å reise til India for å jobbe som prostituert for å kunne gi Sandhya muligheter hun selv ikke hadde. Slik opprettholdes engasjementstilbudet innenfor medfølelsens topos, da tilskueren inviteres til å føle medlidenhet med både Sandhya og moren.

Sekvensen om Sandhya inneholder også visuelle tegn på smerte og lidelse. Flere sider ved fremstillingen av lidelsen trekker på stilen Chouliaraki betegner som 'sjokk-effekten' (2010, s. 110-111). Bildene av Sandhya som sitter i steinbruddet og hogger stein viser gjennom ansiktsuttrykket hennes at hun ikke har det bra. Det er en nærliggende tolkning om at hun befinner seg i en vanskelig og krevende situasjon, særlig siden hun er så liten. Den audiovisuelle stilen her utløser en respons hos tilskueren som «stakkars henne», og slik har denne sekvensen visse fellestrekk med sjokk-effekten (Chouliaraki, 2010). Samtidig er det også flere trekk som ikke

er i tråd med denne stilen. Selv om det vises bilder av lidelsen, vises det ingen tegn til kroppslig smerte og lidelse som f.eks. underernæring. Slik skapes det ikke en form for sjokk, men bildene fremkaller allikevel en sterk følelse av medlidenhet hos tilskueren. Derfor kan bildene betegnes som det Lindøe kaller 'medlidenhetsbilder' (2016, s. 116). Felles for medlidenhetsbilder er at de fremkaller en respons der den eller de som er i bildet, gir tilskueren inntrykk av å befinne seg i en vanskelig situasjon (Lindøe, 2016, s. 116).

6.1.3 Kulturelle tradisjoner og tilskuerengasjement som ender i fordømmelsens topos

I sekvensen der Marna og Mia treffer Sunita og Bishna, stilles tilskueren overfor et emosjonelt engasjementstilbud som drives av sinne og indignasjon. Disse følelsene rettes mot den kulturelle tradisjonen «chaupadi» og de eldre familiemedlemmene som tvinger kvinnene til å følge tradisjonen. Slik pekes både tradisjonen og familiemedlemmene ut som de ansvarlige for kvinnenens lidelse. Men, som vist i analysen, foregår det ikke her en jakt på overgriperne der hensikten er å stille de til ansvar. På dette tidspunktet vendes historien mot at Marna og Mia skal sove ute i hytta der de nepalske kvinnene må sove når de har mensen, for å kjenne på kroppen hvordan det kan være å være kvinne i Nepal. Slik legges det i utgangspunktet til rette for et engasjementstilbud i tråd med medfølelsens topos, der tilskueren skal føle på en ømhetsfølelse og sympati med de nepalske kvinnene gjennom Marna og Mia, ved at de overnatter i hytta og selv får kjenne lidelsen på kroppen. Men, fremdriften i historien tar en uventet vending når det i stedet bygges opp sinne og indignasjon mot tradisjonen og de som er ansvarlige for at den opprettholdes. Marna sier klart ifra om at hun nekter å overnatte i hytta fordi det er farlig og fordi hun og Mia ikke er undertrykte. Slik dreies oppmerksomheten bort fra de lidende og mot Marna og Mias følelser, og fremdriften drives av indignasjon og sinne i tråd med fordømmelsens topos. Men, den stopper imidlertid opp når Marna og Mia nekter å sove i hytta, noe som drar historien mot en annen retning enn å forfølge overgriperen og de ansvarlige for lidelsen. Dersom fremdriften hadde fortsatt i samme retning, ville prosjektet blitt av en helt annen karakter der man måtte ha oppsøkt større strukturelle rammer. Det er derimot en interessant avledningsmanøver at Marna og Mia nekter å sove i hytta, men det tar en annen retning enn å forfølge den man ønsker å fordømme. På en måte fremstår det som en protest mot tradisjonen i seg selv, og det kan være et implisitt argument for at ingen kvinner og mødre skal måtte følge tradisjonen og ha det slik. Men hva ville skjedd dersom de faktisk sov i hytta? Kanskje ville de fremstått mer som velgjørere ved siden av Sunita og Bishna og vist medlidenhet i form av medfølelse. Dette ville igjen lagt opp til følelser av sympati hos tilskueren og et

tilskuerengasjement innenfor medfølelsens topos. Uten å konkludere hvorvidt det ene eller det andre ville ha skjedd, er det som skjer med tilskuerengasjementet her interessant.

6.1.4 Kasteløs og ingen alternativ – fra fordømmelsens til medfølelsens topos

I sekvensen der Marna treffer Sushila som er prostituert, styres tilskuerengasjementet først mot fordømmelsens topos. Her er det først og fremst kastesystemet som fremstilles som ansvarlig for Sushilas lidelse, og fremdriften i sekvensen drives utvilsomt av fordømmelsens topos når Marna uttrykker sterke følelser som sinne, frustrasjon og indignasjon knyttet til Sushilas lidelse. Slik styrker hun også det emosjonelle engasjementet, da hun legger opp til et tilskuerengasjement preget av indignasjon og frustrasjon. Etter hvert skjer det en vending og fokuset flyttes mer mot Sushila og de vanskelige valgene hun må ta som mor. Her oppløses fordømmelsens topos, og tilskuerengasjementet går over i medfølelsens topos, der Marna fremstilles som en velgjører ved siden av Sushila. Når Sushila påpeker at hun «er Badi og født inn i dette» og at det «ikke er noe å gjøre med det», kan det indikere at hun aksepterer situasjonen hun er i, og bare gjør det hun må for å overleve. Dette forsterker det håpløse i situasjonen hennes ytterligere og vekker andre sterke følelser i Marna som ender i at hun knekker sammen og begynner å gråte som følge av Sushilas lidelse. På den måten lener Marna seg mer på en form av medfølelsens topos ved å vise sterke følelser som gråt som indikerer at hun har sterk medfølelse for Sushila. Slik legger hun også opp til et tilskuerengasjement der tilskueren skal føle på sympati og en ømhetsfølelse overfor Sushila. Dette bekreftes og styrkes ytterligere når Marna til slutt i sekvensen gråtkvalt forteller Sushila at hun selv er mor og ville gjort alt for barna sine, og at hun derfor respekterer Sushila som kvinne og mor, selv om hun vet ting er vanskelig for henne». Her fremstår Marna som en velgjører eller hjelper som står ved siden av og trøster henne. Dermed er det også her medlidenhet med Sushila som ligger til grunn for tilskuerengasjementet, men i stedet for å legge opp til å føle sinne og indignasjon, legges det nå opp til å føle medlidenhet i form av medfølelse og positive følelser som ømhet (jf. kapittel 2.4.2.2). På samme tid vekker Marnas møte med Sushila også et potensielt ubehag hos tilskueren. Dette skjer først når hun får omvisning i huset der Sushila bor og jobber, i tillegg til mens hun snakker med Sushila og får lidelsen innpå seg. Hva gjør dette med tilskueren? I utgangspunktet kan det tenkes at det vekker et sterkt ubehag og bygger opp et snev av frustrasjon og sinne. Og kanskje gjør det det, noe som da vil styrke tilskuerengasjementet basert på fordømmelsens topos.

Den audiovisuelle stilen i denne sekvensen gjenspeiler også trekk ved appellformen sjokk-effekten og medlidenhetsbilder, da bildene av Sushila og omgivelsene hun er i viser tegn på

smerte og lidelse. Bildene viser liten grad av personifisering da vi ikke får se ansiktet hennes, i tillegg er det en nærliggende tolkning av at hun befinner seg i en vanskelig situasjon. Dette forsterkes når tilskueren ser at hun har funksjonsnedsettelse og problemer med hendene og føttene.

6.1.5 Når kjendisene påtar seg rollen som hjelpere

I sekvensen der Marna og Mia blir med Bhima og moren Sitala til bananplantasjen, legges det helt i begynnelsen først opp til engasjementstilbud med anslag av fordømmelsens topos. Dette går imidlertid etterhvert over i et emosjonelt engasjementstilbud basert på medfølelsens topos, der Marna og Mia fremstilles som hjelpere ved siden av Bhima og Sitala.

Når Marna introduserer Sitala og Bhima til serien og påpeker at «de er i en situasjon som hadde fått enhver nordmann til å klikke» og «som skilte kasteløse kvinner, er de også statsløse og har absolutt ingen rettigheter», legger hun opp til et tilskuerengasjement som lener seg på fordømmelsens topos, da hun fremstår som frustrert over hvordan kvinnene behandles. Dette styrkes når Marna og Mia snakker med Sitala og får vite at kvinnene ikke får eie sin egen jord og dyrke sine egne bananer, fordi de ikke har statsborgerskap, noe det imidlertid trengs en mann for å bekrefte og som hennes tidligere ektemann ikke gjorde. Dette vekker ytterligere sterke følelser i Marna som sinne og indignasjon, og bidrar til at tilskuerengasjementet basert på formen fordømmelsens topos styrkes. Det legges her opp til emosjonelt engasjement rettet mot Sitalas tidligere mann, som pekes ut som den ansvarlige for Sitalas lidelse, da han ikke ville bekrefte statsborgerskapet hennes slik at hun kunne eie sin egen jord og dyrke sine egne bananer. Men, grunnlaget for å fortsette med et engasjementstilbud basert på fordømmelsens topos svekkes da Sitalas tidligere mann ikke er til stede og kan konfronteres. Dermed svekkes også grunnlaget for å opprettholde et tilskuerengasjement drevet av sinne og frustrasjon. Da fordømmelsens topos blir lagt dødt og det ikke legges opp til følelser som sinne og indignasjon hos tilskueren, er det nødvendig med noe nytt som kan opprettholde fremdriften i historien. Det skjer når Marna og Mia blir med dem til bananplantasjen og selv får kjenne på kroppene sine hvordan en vanlig arbeidsdag er for dem. Nå legges det derimot opp til et tilskuerengasjement som baserer seg mer på medfølelsens topos. Det gjøres når vi først ser de fire kvinnene kommer gående mens de leier hverandre i hendene, på vei til bananplantasjen. Nå fremstilles Marna og Mia som velgjørere ved siden av Sitala og Bhima, noe som igjen vekker medlidenhet i form av varme følelser som medfølelse og sympati hos tilskueren. De sterke følelsene og den kroppslige empatien som vekkes i dem, forsterkes ytterligere når Marna og Mia selv får kjenne på kroppen hvor tungt det

er å bære bananer. Dette legger opp til at tilskueren føler sympati og medlidenhet med kvinnene, og styrker tilskuerengasjementet basert på medfølelsens topos, der Marna og Mia innehar hjelperollene som tilskueren kan relatere seg til.

Den audiovisuelle stilen i sekvensen med Bhima og Sitala trekker på det Lindøe (2016, s. 115) betegner som 'aktørstil', som forstås som en nyansering av positive bilder-stilen utpekt av Chouliaraki (2010). Aktørstilen kjennetegnes av at det fremmes symmetri og balanse mellom tilskueren og de lidende, gjennom at de lidende befinner seg i øyehøyde med tilskueren og selv forteller historiene sine (Lindøe, 2016, s. 220). Dette gjør både Sitala og Bhima. Balansen og symmetrien som skapes her, underbygges av at Marna og Mia selv bruker kroppene sine til å erfare lidelse, ved å bære de tunge kurvene med bananer.

Når historien om Bhima gjenopptas i siste episode, styrkes innslaget av medfølelsens topos betraktelig når Marna og Mia påtar seg en tydeligere hjelperolle ved siden av Bhima. Her uttrykker Marna på voice-over at om det er én de har møtt som de følte sto alene og trenger en ny start, så er det Bhima. Når de reiser tilbake til Bhima for å hjelpe henne blir hjelperollen enda mer fremtredende, og engasjementstilbudet holder seg trygt innenfor medfølelsens topos. Når de treffer Bhima igjen, forteller de henne om Samvad-gruppene, og hvilke positive ringvirkninger det har hatt for andre jenter som har vært i samme situasjon som henne. Bhima blir dermed med dem til Samvad-senteret hvor hun blir godt tatt imot og inkludert av de andre jentene. Marna og Mia fremstår nærmest som helter som har reddet Bhima fra fattigdom, og overlatt henne til seg selv på Samvad, og tilskueren sitter igjen med en god og varm ømhetsfølelse og føler med Bhima. Denne varme godfølelsen forsterkes når det legges på en munter instrumental musikk, og vises klipp i sakte film av Marna og Mia som smiler bredt, mens de danser og klapper og danser sammen med Bhima og flere av de andre jentene fra Samvad, omringet av mange andre mennesker. I neste klipp vises Marna og Bhima som tar farvel med hverandre. Både Marna og Bhima strigråter. De klemmer hverandre og Marna tørker bort tårene på Bhima, før hun sier «Pass på deg selv, ok?», og kysser henne i panna og gir henne enda en klem. Deretter sier hun på engelsk: «Take care of Sunil» og «I love you». Selv om Marna utvilsomt innehar en hjelperolle overfor Bhima, tilegnes Bhima en stor grad av verdighet da relasjonen deres fremstår som balansert og gjensidig, da Bhima også tilsynelatende uttrykker sterke følelser når hun må ta farvel med Marna. Helt til slutt viser tekst på skjermen at Bhima ikke har giftet seg på nytt, og at hun fremdeles deltar på Samvad-kurs. Slik beholdes tilskuerengasjementet trygt innenfor medfølelsens topos, der tilskueren kan identifisere seg med Marna og Mia og rollene deres som hjelpere.



ILLUSTRASJON 12: Marna og Mia tar farvel med Bhima på Samvad

6.1.6 Peker serien seg ut som en egen sjanger?

Som det går frem av drøftingen over, kan serien være vanskelig å plassere innenfor et bestemt lidelses topos. Den selges først inn som et prosjekt der Marna og Mia som to norske alminnelige mødre skal reise til Nepal for å lære av andre mødre, og slik lener den seg på et tilskuerengasjement basert på erkjennelsens topos. Men, dette avfeies allerede i den andre sekvensen, der det blir anslag av medfølelsens topos, og Marna og Mia trer inn i roller som velgjørere eller hjelpere i møte med de lidende. Men, de fremstår ikke nødvendigvis alltid som velgjørere. Flere steder er det også anslag av fordømmelsens topos, der det rettes følelser som sinne og indignasjon mot de som er ansvarlige for lidelsen. Slik lar ikke serien seg lett plassere sjangermessig. Den fremstår heller ikke som en dokumentar fullt basert på medfølelsens topos om en 'troverdige hjelper', slik det kan tenkes at tradisjonelle bistandsdokumentarer ofte gjør. Serien selges derimot inn via nysgjerrigheten på morsrollen og Marna og Mia som skal reise til Nepal for å lære av andre mødre, og slik synes serien å legge opp til et tilskuerengasjement som hviler tungt på en interesse for Marna og Mia som personer, fremfor en interesse for selve saken. Interessen for serien ville trolig ikke vært like stor, dersom tilskuerne ikke hadde hatt kjennskap til Marna og Mia fra før, og slik ender det opp i en fremstilling av lidelsen som avhenger av identifikasjon med kjendisene, og som hviler tungt på en interesse for dem som personer. Det kan derfor argumenteres for at Marna og Mias funksjon her peker i retningen av en egen sjanger, eller en form for hybridsjanger, der de både skal utforske sitt eget forhold til morsrollen gjennom å møte andre mødre, på samme tid som de ender opp som hjelpere. Dette peker med andre ord mot en undersjanger innenfor feltet kjendis-humanitarisme, der kjendisen står i sentrum, og den humanitære hjelperrollen blandes sammen med en intimitet som oppstår gjennom delt affinitet og sterk tilhørighet mellom kjendisen og den lidende, som for eksempel det å være mor som er tilfellet her, og der tilskuerengasjementet avhenger av en identifikasjon med kjendisen.

6.2 ETISKE UTFORDRINGER I MOTHERHOOD

Da Motherhood plasseres innenfor en sjanger der kjendisen står i sentrum og som avhenger av identifikasjon med kjendisen for å engasjere, fører tilskuerengasjementet også med seg noen etiske utfordringer. En av disse handler om fokuset på Marna og Mia versus de lidende, som vil bli drøftet i dette kapitlet.

6.2.1 Kjendisene i sentrum av fremstillingen

Å bruke kjendiser er blitt en vanlig kommunikasjonsstrategi i humanitær kommunikasjon da det skaper engasjement og kan forsterke stemmen til de fjerne lidende. Slik kan de også forsterke koblingen mellom vestlige tilskuere og de lidende (Chouliaraki, 2013, s. 86, 103-104). Men, en slik strategi vil ikke nødvendigvis alltid lykkes i å engasjere tilskuerne. Ved å bruke kjendiser, er det en risiko for at oppmerksomheten rettes mer mot kjendisen selv, fremfor de lidende (Chouliaraki, 2013, s. 103-104; Scott, 2014, s. 453). Da Marna og Mia står i sentrum av fremstillingen av lidelsen i Motherhood, legger dette føringer for hvordan historiene fortelles, og hva tilskueren sitter igjen med etter å ha sett serien. I Motherhood fortelles historiene til de lidende delvis gjennom Marna og Mia, og slik rettes det mye oppmerksomhet mot de to og deres følelser. Dersom ikke de stod i sentrum av fremstillingen, ville tilskuerens tilknytning til de lidende vært av en annen karakter, og serien ville trolig ikke engasjert på samme måte. Dette styrker argumentet om at interessen for serien i stor grad hviler på en interesse for Marna og Mia som personer.

En potensiell risiko ved å ha kjendiser i sentrum av fremstillingen, er at det kan oppstå illusjoner om at en eller få personer kan kjempe mot og løse strukturelle problemer som i utgangspunktet krever komplekse løsninger (Chouliaraki, 2013, s. 84). I Motherhood kan tilskueren sitte igjen med en følelse av at Marna og Mia har reddet Bhima fra fattigdom, når de helt til slutt i serien tar henne med til Samvad-kurs. Dette forsterkes når det opplyses om at hun ikke har giftet seg på nytt, og at hun fremdeles deltar på Samvad. Dette kan oppfattes som en enkel løsning på Bhimas utfordringer, og skape en illusjon om at Marna og Mia alene kan løse komplekse, strukturelle problemer.

Scenen der det er tenkt at Marna og Mia skal sove i hyttene som brukes under tradisjonen «chaupadi», kan også argumenteres for å være noe problematisk i måten det fremstilles på. Her kan Marna og Mia oppfattes som lite empatiske og sympatiske med de andre kvinnene, da de nekter å sove i hytta kvinnene har klargjort til dem. Dette kan signalisere at de fremstår som privilegerte, da de kan velge selv om de vil sove der, noe de nepalske kvinnene ikke kan. Dersom

de hadde sovet i hytta, ville de vist medfølelse og fremstått som hjelpere eller velgjørere, og lagt opp til følelser som sympati hos tilskueren. Kanskje var intensjonen med å nekte å sove i hytta at de nepalske kvinnene skulle følge etter og gjøre det samme. Men, dersom målet var at de skulle slutte med tradisjonen, kan det argumenteres for at Marna og Mia burde ha handlet på en annen måte og tatt situasjonen og konteksten mer til etterretning, og vist forståelse for at det kunne fått store konsekvenser for kvinnene dersom de plutselig sluttet å følge tradisjonen. Hvis de derimot overnattet i hytta, ville de trolig fått en bedre forståelse for kvinnenens situasjon og vist mer medfølelse, og igjen fremstått som mer autentiske. I stedet ender det med at Marna og Mia protesterer mot sine egne grenser og egen lidelse, som et implisitt argument om at de andre kvinnene heller ikke skal undertrykkes, da de også er kvinner og mødre.

6.2.2 Fremstår lidenskapelige i møte med lidelsen

Moderne kjendisopptredener har ofte blitt anklaget for å invitere tilskueren til å føle mer for kjendisens følelser for den lidende, fremfor den lidende selv. Slik forblir avstanden mellom 'oss' og de 'fjerne andre' intakt, og tilskueren ender opp med å bli en som bare betrakter lidelsen gjennom kjendisen, uten å ta stilling til den og handle ut ifra den (jf. kapittel 2.3.3; Chouliaraki, 2012, s. 16). Flere steder i Motherhood synes fokuset å være rettet mer mot Marna og Mias egne følelser, fremfor de lidende. Måten de opptrer på kan minne om måten Angelina Jolie har opptrådt på i sine engasjement for FN, og stilen Chouliaraki betegner som 'confessional' (2012, s. 15; 2013, s.102). Det som kjennetegner Angelina Jolies opptredener er at hun ofte retter oppmerksomheten mot sin egen kjendisstatus og hennes personlige respons på lidelsen hun har sett. Hun kommuniserer lidelse og følelser gjennom dyktig språkbruk, i tillegg er hun lidenskapelig i sin fortellermåte, da hun ofte bryter sammen eller holder igjen tårer mens hun snakker. Gjennom hennes måte å engasjere seg på, blir de lidende sine usynlig, fjerne og anonyme stemmer sammensmeltet med hennes synlige, intime og verdenskjente stemme, noe som resulterer i at tilskueren kjenner seg mer igjen i hennes følelser, fremfor den lidende. Både Marna og Mia oppfattes som lidenskapelige i møte med lidelsen og i måten de uttrykker følelser på. De holder ofte igjen tårer eller bryter sammen når de får de lidendes historier innpå seg. Slik kan stemmen til de lidende sies å smelte sammen med Marna og Mia sine stemmer, som igjen resulterer i at tilskueren vil kjenne seg mer igjen i deres følelser, fremfor de lidende. Marna og Mias tilstedeværelse og oppfatninger påvirker også tilskuernes mulighet til å gjøre seg opp en egen mening om saken, ettersom Marna og Mia gjennom hele serien deler sine tanker og refleksjoner mens historiene fortelles. Dermed har oppmerksomheten en tendens til å rettes mer mot de to, slik at deres personlige respons på lidelsen kommer i sentrum av fremstillingen.

6.2.3 Objektivisering av lidelsen?

Bidrar fremstillingen her til å objektivisere lidelsen? Flere kritikere av humanitær kommunikasjon anser lidelse for å være en handelsvare som selges som et produkt til tilskuerne, for å tilfredsstille deres følelser av dyd. Dette synliggjøres gjennom tilfredsheten tilskuerne kan få av å gjøre dydige handlinger som for eksempel å donere penger til veldedighet (Nolan & Mikami, 2012, s. 59). I konteksten av Motherhood kan en dydig handling være å lære om lidelsens plass i livene til de nepalske mødrene. Med et kritisk syn kan en slik handling fungere som en erstatning for både reell offentlig handling og bevissthet. Slik kan kampanjen kritiseres for å være narsissistisk, i den forstand at lidelsen slik den fremstilles, objektiviseres, og fremstår som et produkt med hensikt om å tilfredsstille tilskuernes følelser av dyd, ved at de har gjort en god moralsk handling ved å se serien, og lære om lidelsens plass i livene til de nepalske mødrene (jf. Nolan & Mikami, 2012, s. 59). Intensjonen her er imidlertid ikke å karakterisere Motherhood som narsissistisk, men dette er høyst aktuelle problemstillinger man bør være bevisst på når det brukes kjendiser i humanitær kommunikasjon.

6.2.4 Lener seg på en post-humanitær stil

Måten Marna og Mia engasjerer seg på i Motherhood kan minne om stilen Angelina Jolie belager seg på når hun engasjerer seg for FN. Denne stilen anses for å være en relativt ny form for kjendis-humanitarisme, som trekker på en post-humanitær appellstil (Chouliaraki, 2013, s. 103). Det er en risiko her for at tilskueren kan ende opp med å kjenne seg mer igjen i kjendisens egne følelser, fremfor de fjerne lidende. I denne stilen fremstår det som et mål å forsterke de sterke følelsene, fremfor å bygge bro mellom kjendisen og den fjerne lidelsen. For de som opplever lidelsen er den kontinuerlig og uunngåelig, men for kjendisen vil følelsene de forteller om kun være midlertidige og usammenhengende. Gapet som da oppstår mellom kjendisen og den fjerne lidelsen kan indikere at kjendis-humanitarisme styrker Vestens rolle som tilskuer i 'lidelsesdramaet'. Men, det er ikke dermed gitt at kjendiser lykkes med å engasjere og få tilskuerne til å handle. Det er en fare for at det til slutt bare blir snakket om kjendisen selv, fremfor den lidende (Chouliaraki, 2013, s. 103-104). Motherhood hviler også på en fremstillingsform der kjendisene Marna og Mia står i sentrum, og mye av fokuset er rettet mot deres egne følelser i møte med de lidende. Men, dette balanseres derimot ved at de lidende også gis mye plass til å fortelle sine historier. Hvorvidt Marna og Mia får tilskuerne til å handle gir imidlertid ikke denne oppgaven svar på, da det ville krevd en annen tilnærming for å finne ut av. Uansett, når kjendiser engasjerer seg i humanitære saker vil det alltid være viktig å ha et kritisk blikk på måten de engasjerer seg og opptrer på, og man må være klar over farene forbundet med det å legge opp til

et følelsesmessig tilskuerengasjement basert på kjendisens egne opplevelser. Og igjen, som nevnt innledningsvis i oppgaven, dersom kjendisen ikke oppleves som troverdig og autentiske i måten de opptrer på, kan det i verste fall svekke hele sakens troverdighet.

7 KONKLUSJON OG UTBLIKK

7.1 OPPSUMMERING

Å ha en kjendis i sentrum av fremstillingen av lidelsen, er ingen garanti for at tilskuerne overbevises (Scott, 2014). Det som derimot betyr noe, og som denne oppgaven har vist, er kvaliteten på kjendisens engasjement og hvordan budskapet formidles og begrunnes, i tillegg til hvordan tilskuerne oppfatter og tolker budskapet. For å engasjere og overbevise, må kjendisene oppfattes som autentiske og troverdige i den bestemte opptreden (Brockington, 2014; Chouliaraki, 2012; Richey & Ponte, 2011). I lys av dette har jeg derfor i denne oppgaven undersøkt følgende problemstilling: «Hvordan plasserer Motherhood seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, med særlig vekt på autentisk engasjement?». Dette har jeg undersøkt ved å gå inn i hvordan kjendisene i serien opptrer for å kunne oppfattes som autentiske, og hva slags tilskuerengasjement de legger opp til, som også spiller inn for hvordan tilskuerne oppfatter dem som autentiske. Analysen viser at Marna og Mia i relativt stor grad oppfattes som autentiske i måten de opptrer og engasjerer seg på i Motherhood. Ved at de selv er til stede i Nepal og kobles til de lidende gjennom morsrollen, gjør at de snakker om og formidler historiene og lidelsen på en autentisk, lidenskapelig og engasjerende måte. Tilskuerengasjementet de legger opp til i serien, lener seg mest på medfølelsens topos, der Marna og Mia fremstilles som velgjørere eller hjelpere i møte med de lidende. Men, det legges også opp til andre former for engasjementstilbud underveis. Serien starter med noe som ligner erkjennelsens topos, der Marna og Mia fremstår som alminnelige norske mødre som skal reise til Nepal for å lære av andre mødre. Deretter er det flere innslag av fordømmelsens topos, der det bygges opp sinne og indignasjon mot de som er ansvarlige for lidelsen, før det ender i medfølelsens topos når Marna og Mia i slutten av serien reiser tilbake til Bhima og tar henne med til Samvad. Her holder tilskuerengasjementet seg trygt innenfor rammene av medfølelsens topos, da Marna og Mia nærmest fremstår som helter som har reddet Bhima fra fattigdom. Måten de legger opp til et følelsesmessig tilskuerengasjement basert på deres egne opplevelser bærer også preg av ekte og spontane følelsesreaksjoner, noe som igjen styrker det autentiske engasjementet.

Da Motherhood lener seg til flere ulike lidelses topoi, gjør det utfordrende å plassere serien sjangermessig. Jeg argumenterer for at serien trekker på en post-humanitær stil, da fremstillingsformen preges av at kjendiser står i sentrum av fremstillingen av lidelsen. Både Marna og Mia fremstår som lidenskapelige i serien, og slik har stemmen til de lidende tendenser til å smelte sammen med deres stemmer. Dette resulterer i at tilskueren flere steder kan kjenne seg mer igjen i Marna og Mias følelser for de lidende, fremfor de lidendes egne følelser. Slik kan Motherhood sies å trekke på stilen Chouliraraki betegner som 'confessional' innenfor kjendis-humanitarisme, som vektlegger kjendisens autentiske følelser, og tilskuerens kobling til kjendisen (Chouliaraki, 2012, s. 1). Med det sagt, synes derimot fremstillingen og fokuset på kjendisene versus de lidende i Motherhood å være mer balansert enn det som kjennetegner Chouliarakis tilnærming, da de lidende i Motherhood gis mye plass til å fortelle sine egne historier. Dette tilegner de lidende en større grad av verdighet, noe jeg anser som avgjørende for at serien og Marna og Mias engasjement skal fremstå som autentisk og troverdig.

Jeg argumenterer for at serien kan kategoriseres som en egen undersjanger til feltet kjendis-humanitarisme, der engasjementstilbudet avhenger av en identifikasjon med kjendisene. Marna og Mias funksjon i Motherhood lener seg mot en form for hybridsjanger, der de både skal utforske sitt eget forhold til morsrollen gjennom å møte andre mødre, på samme tid som de ender opp som hjelpere. Slik ender dette i en sjanger som kjennetegnes av at kjendisen står i sentrum, men der kjendisens rolle som humanitær hjelper blandes med en intimitet som oppstår mellom kjendisen og den lidende, som resultat av sterk affinitet og tilhørighet til hverandre gjennom det å være mor, som er tilfellet her, og der tilskuerengasjementet avhenger av en identifikasjon med kjendisen.

Ved å undersøke Marna og Mias opptreden i Motherhood har jeg også gjort meg noen refleksjoner rundt bruk av kjendiser i humanitær kommunikasjon generelt. I mange tilfeller vil kjendiser tiltrekke seg mye oppmerksomhet og engasjere kanskje langt flere enn hva humanitære organisasjoner ellers ville ha gjort. Men, når det brukes kjendiser, vil det alltid være viktig å ha et kritisk blikk på hvordan det fremstilles. Som organisasjon bør man være bevisst på farene forbundet med å legge opp til et følelsesmessig tilskuerengasjement basert på kjendisenes egne opplevelser og hvordan det fremstilles, for å unngå en feilaktig fremstilling av de lidende som hjelpeløse. Det kan være bra at kjendiser engasjerer seg, men det kan bli problematisk i det øyeblikket de fremstår som talspersoner for fjerne andre som fint kan snakke for seg selv og fortelle sine egne historier.

Det er for øvrig en tankevekker at den humanitære organisasjonen Comic Relief nylig bestemte seg for å slutte å sende kjendiser til Afrika. Beslutningen ble fattet etter at de fikk mye kritikk for at kjendisene de engasjerte ofte ble fremstilt som såkalte ‘white saviours’⁴. Comic Relief erkjenner at å bruke kjendiser kan forsterke stereotypier om Afrika og andre fattige land. I stedet ønsker de heller nå å investere i ‘lokale talenter’ og vise frem et bilde av Afrika uten ‘den hvite kjendisen’ og sultne barn (Håskoll-Haugen & Røst, 2020). Kanskje vil det å bruke såkalte lokale talenter i stedet for kjendiser, ende opp med et enda mer autentisk perspektiv? Om flere organisasjoner vil følge etter og gjøre som Comic Relief, gjenstår imidlertid å se. Uansett, kjendiser eller ei, så vil det viktigste alltid være at menneskene det omhandler får fortelle sine egne historier.

7.2 FORSLAG TIL VIDERE FORSKNING

For å få en enda bredere forståelse for hvor Motherhood plasserer seg innenfor feltet kjendis-humanitarisme, er det flere aspekter ved serien som ville vært interessant å undersøke nærmere. En kritisk analyse av de etiske aspektene ved serien, ville gitt en mer detaljert forståelse for hvor etisk en slik serie er, og hvor etisk vestlig kjendis-humanitarisme er generelt. En annen interessant tilnærming ville vært å undersøke et slikt kjendisengasjement sett fra de lidendes perspektiv. Ved å gjøre kvalitative undersøkelser som intervjuer og resepsjonsanalyse, vil man også kunne inkludere deres meninger og perspektiv i utarbeidelse av lignende kampanjer. Hva mener de lidende selv om en slik fremstilling? Ved å inkludere deres perspektiv vil man kanskje se enda mer verdighet og et større mangfold i vestlig humanitær kommunikasjon.

⁴ Begrepet «white saviour» referer til en hvit privilegert person som handler på vegne av ikke-hvite mennesker, men sett i en sammenheng der det tjener den hvite personen mest. Begrepet brukes ofte i sammenhenger der hvite, gjerne gråtende kjendiser poserer med et lidende barn. Det anses for å være problematisk da det gjerne forsterker stereotypier om mennesker i fattige land (Bakar, 2019).

8 REFERANSER

- Bakar, F. (2019, 6. mars). What is a white saviour complex? Hentet fra: <https://metro.co.uk/2019/03/06/what-is-a-white-saviour-complex-8793979/>
- Bishop, M. & Green, M., (2008). *Philanthrocapitalism: How the Rich Can Save the World and Why We Should Let Them*. New York: Bloomsbury Press.
- Boltanski, L. (1999). *Distant Suffering. Morality, Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boltanski, L. (2011). *Pragmatisk sociologi: en tekstsamling*. København: Hans Reitzel.
- Brockington, D. (2014). *Celebrity Advocacy and International Development*. London: Routledge.
- Chouliaraki, L. (2010). Post-humanitarianism: Humanitarian communication beyond a politics of pity. *International Journal of Cultural Studies*, 13(2), 107-126. <https://doi.org/10.1177/1367877909356720>
- Chouliaraki, L. (2012). The Theatricality of Humanitarianism: A Critique of Celebrity Advocacy. *Communication and Critical/Cultural Studies*, 9(1), 1-21. <https://doi.org/10.1080/14791420.2011.637055>
- Chouliaraki, L. (2013). *The Ironic Spectator: Solidarity in the Age of Post-Humanitarianism*. London: Polity Press.
- Cooper, A. F. (2007). Beyond Hollywood and the Boardroom: Celebrity Diplomacy. *Georgetown Journal of International Affairs*, 8(2), 125-132. <http://www.jstor.org/stable/43133740>
- Engelstad, A. (2015). *Film og fortelling*. Bergen: Fagbokforlaget
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London og New York: Methuen.
- FN. (2018). Nepal. Hentet fra: <https://www.fn.no/Land/nepal>
- Glanville, M. (2017, 3. Mai). Har du hørt om «kjendiseffekten»? Hentet fra <https://www.klikk.no/mote/kamille/mote/har-du-hort-om-kjendiseffekten-2862699>
- Goffman, E. (1990 [1959]) *The Presentation of Self in Everyday Life*. London: Penguin Books.
- Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur, mediesamfunn*. (4. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Hacienda Film. (u.å.). Motherhood. Hentet fra: <https://hacienda.no/hacienda-2019/motherhood/>
- Hjarvard, S. (1997). Forholdet mellom kvantitative og kvalitative metoder i medieforskningen. *Norsk medietidsskrift*, 2(4). Hentet fra <https://www.idunn.no/nmt/1997/02/forholdet-mellem-quantitative-og-kvalitative-metoder-i-medi>

- Horton, D. & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction: Observations of Intimacy at a distance. *Psychiatry*, 19(3), s. 215-229.
<http://dx.doi.org/10.1080/00332747.1956.11023049>
- Höijer, B. (2004). The Discourse of Global Compassion: The Audience and Media Reporting of Human Suffering. *Media, Culture & Society*, 26(4), 513–531.
<https://doi.org/10.1177/0163443704044215>
- Huliaras, A., & Tzifakis, N. (2010). Celebrity Activism in International Relations: In Search of a Framework for Analysis. *Global Society*, 24(2), 255 – 274.
<https://doi.org/10.1080/13600821003626567>
- Håskoll-Haugen, A. & Røst, E. (2020, 4. desember). Begynnelsen på slutten for norske kjendiser med fattige barn i armene? Hentet fra
<https://www.bistandsaktuelt.no/nyheter/2020/norske-organisasjoner-kjendiser-innsamling/>
- Jacobsen, D. I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (3. utg.). Oslo: Cappelen Damm.
- Jelaca, D. (2014, 11. desember). *Crying for a Cause: Celebrity Humanitarianism, Angelina Jolie and Bosnia's Single Story*. Hentet fra <https://balkanist.net/crying-for-a-cause-celebrity-humanitarianism-angelina-jolie-and-bosnias-single-story/>
- Jerslev, A. (2014). Celebrification, Authenticity, Gossip: The celebrity humanitarian. *Nordicom Review*, 35(2014), 171-186. <https://doi.org/10.2478/nor-2014-0111>
- Kapoor, I. (2013). *Celebrity humanitarianism: The ideology of global charity*. London: Routledge.
- Kjeldsen, J. E. (2006). *Retorikk i vår tid: en innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus.
- Kjeldsen, J. E. (2009). *Retorikk i vår tid: en innføring i moderne retorisk teori*. Oslo: Spartacus.
- Larsen, H.P. (2003). *De levende billeders dramaturgi. Bind 2. – TV*. Danmark: DR Multimedie.
- Lauridsen, P.S. (2016). *Tv-serier*. København: Samfundslitteratur.
- Lindøe, S.H. (2016). *Lidelse på TV: En undersøkelse av audiovisuelle fortellergrep og narrative strukturer i NRK TV-aksjonen* (Doktoravhandling). Universitetet i Agder, Kristiansand.
- Lindøe, S.H. (2017). Den døde gutten på stranden: Ethiske og estetiske aspekter ved fremstilling av lidelse i mediene. I Hamm, C., Lindøe, S.H. & Markussen, B. (Red.), *Lidelsens estetikk: Sår, sorg og smerte i litteratur, film og medier* (s. 183-201). Bergen: Alvheim & Eide Akademisk Forlag.
- Littler, J. (2008). “I feel your pain”: cosmopolitan charity and the public fashioning of the celebrity soul. *Social Semiotics*, 18(2), 237-251.
<https://doi.org/10.1080/10350330802002416>

- Mediebedriftene. (2018, 9. april). Årets mediepriser: Disse kan vinne digitalpriser. Hentet fra: <http://www.dagensmedier.no/Om-medie/Arets-mediepriser/digitalnominasjoner-20417/>
- Newman, C. (2013, 25. mars). Warzone rape: Angelina Jolie and William Hague fly to Africa. Hentet fra: <http://www.channel4.com/news/angelina-jolie-william-hague-rape-war-congo-rwanda>
- Nolan, D., & Mikami, A. (2012). 'The things that we have to do': Ethics and instrumentality in humanitarian communication. *Global Media and Communication*, 9(1), 53-70. <https://doi.org/10.1177/1742766512463040>
- Ocast. (2020). Komikerfrue. Hentet fra: <https://ocast.com/no/komikerfrue/>
- Richey, L.A. & Ponte, S. (2011). *Brand Aid. Shopping Well to Save the World*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.
- Richey, L.A. (2016). *Celebrity Humanitarianism and North-South Relations. Politics, Place and Power*. London & New York: Routledge.
- Rojek, C. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books
- Scannell, P. (1996). *Radio, Television & Modern Life*. Oxford & Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers.
- Scott, M. (2014). The role of celebrities in mediating distant suffering. *International Journal of Cultural Studies*, 18(4), 449-466. <https://doi.org/10.1177/1367877914530038>
- Strømmestiftelsen. (u.å.). Samvad – livsmestringsprogrammet Sjef i eget liv i Nepal. Hentet fra <https://strommestiftelsen.no/samvad>
- Turner, G. (2004). *Understanding Celebrity*. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Tørdal, R. M. (2018). *Fortellingen*. Hentet fra: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:14/topic:1:103867/topic:1:185037/resource:1:104357?filters=urn:filter:80f10045-2faa-4f6f-be0f-4c7ec9618186>
- Unicef. (2020). *Goodwill Ambassadors & Advocates*. Hentet fra https://www.unicef.org/people/people_ambassadors.html
- Unicef. (2020a). *Store givere og filantropi*. Hentet fra: <https://www.unicef.no/stott/privat/store-givere>
- UNHCR. (2020). *Special Envoy Angelina Jolie*. Hentet fra <https://www.unhcr.org/tr/en/se-angelina-jolie>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L., & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg. ed.). Bergen: Fagbokforlaget

EMPIRI

- «Trailer» (Aftenposten, 2017, 18. oktober). *Motherhood Trailer* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.facebook.com/aftenposten/videos/motherhood-trailer/1015560602225516/>
- «Episode 1» (Aftenposten, 2017, 25. oktober). *Motherhood episode 1* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/yemkR/motherhood-episode-1-kasteloese-barn-jobber-som-slaver>
- «Episode 2» (Aftenposten, 2017, 25. oktober). *Motherhood episode 2* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/VO5yW/motherhood-episode-2-mangelen-paa-likestilling-i-nepal-er-til-aa-faa-h>
- «Episode 3» (Aftenposten, 2017, 25. oktober). *Motherhood episode 3* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/vE9Wp/motherhood-episode-3-hun-selger-sex-fra-soverommet-mens-barna-leker>
- «Episode 4» (Aftenposten, 2017, 25. oktober). *Motherhood episode 4* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/Qp8RW/motherhood-episode-4-de-skitne-kvinnene-maa-sove-ute-i-veikanten>
- «Episode 5» (Aftenposten, 2017, 25. oktober). *Motherhood episode 5* [Videoklipp]. Hentet fra <https://www.aftenposten.no/verden/i/W4JlK/motherhood-episode-5-det-handler-om-aa-overleve>