

Kilde: Fri eller fanget, Columbus 2019 s. 65-73

4.1 Det mobile samfund – fællesskaber og kommunikation i forandring

Den mobile kommunikation forandrer de tidligere i bogen omtalte begreber tid og rum. Det er ikke længere nødvendigt at være tæt bestemt fysisk rum, når man skal kommunikere via telefon, hvilket tillader os at interagere uafhængigt af tid og rum. Man kan med sin egen personlige trådløse teknologi kommunikere, som man har lyst (selv de mest intime detaljer kommunikerer i bussen eller i s-toget), og ikke som før, hvor man var begrænset til den kollektive måde. Dette kan betyde en øget individualisering.

I **det mobile samfund** er fællesskaber altså ikke begrænset til fysiske lokaltiteter. Fællesskaber kan være flygtige og flyvende, og det er i dagens samfund, som blæksprutte, muligt at indgå i et langt større antal fællesskaber end førhen.

Den mobile teknologi og **netværksmekanismerne** har samtidig åbnet muligheder for nye spontane former for fællesskaber og kommunikationsformer, som ellers aldrig havde set dagens lys.

I kommunikationsbranchen og særligt inden for marketing og politisk kommunikation er man enormt interesseret i denne nye slagstærke mundtlige kommunikationspredning. De sociale netværk og mobiltelefoner har skabt rammer, inden for hvilke vi spreder informationer, anbefalinger og links. Som en virus, der kan sprede sig med lynets hast, kan disse netværk udbrede et **selv-reproducerende budskab**. Begrebet kaldes **viral kommunikation**, døbt efter billedet på den hurtigt spredende virus. Denne virale kommunikation, som netværksorganiseringen muliggør, har vist sig slagkraftig – både på godt og ondt.

Et eksempel på en vigtig bevægelse er den globale **#MeToo-bevægelse**, der brød ud i oktober 2017, da cirka 40 kvindelige skuespillere stod frem med historier om, at de var blevet udsat for sexchikane eller seksuelle overgreb af filmproducenten Harvey Weinstein. Siden har bevægelsen, hvor kvinder vender over deler historier om seksuelle krænkelse via sociale medier under hashtaget #MeToo, bredt sig til de fleste afkøge af verden og igangsat en større debat om køn og ligestilling. Den er blevet kaldt alt fra "historisk" og "feministisk opbrud" til en "heksejagt" og "folkedomstol". Uanset hvilken holdning man måtte have, kan vi i dag se et fællesskab, der går på tværs af nationer og alle mulige andre skel, og der er i dag et univers, hvor kvinder og mænd kan udtrykke solidaritet med budskabet, hvilket muliggør, at man i dag kan italesætte, hvad der førhen har været et tabu.

En anden form for viral kommunikation, der er taget til i de seneste år, er brug af **rolls** (på dansk troldre). Det er personer, i nogle tilfælde ægte, i andre tilfælde konstruerede, der laver indlæg på sociale medier for at vække forargelse, vrede og harme. Det kan gøres for at fremme en bestemt politisk agenda eller skabe grobund i befolkningen for en bestemt lovgivning. Fra whistleblowere – dvs. mennesker der har talt højt om kritisable forhold hos deres arbejdsgiver – har vi lært, at den russiske præsident har haft en hel fabrik af folk siddende til at sprede budskaber, der kan medføre spild i andre lande og gavne Vladimir Putin selv.

Dette leder naturligt frem til et andet nyligt fænomen og stærkt omdiskuteret begreb, **fake news**. Her er der tale om, at en afsender bevidst via eksempelvis enten et socialt medie eller et publicistisk medie udsender en nyhed, der er usand,

også som misinformationer modtageren med henblik på at kunne drage en fordel af det. Fænomenet er blevet særligt omtalt siden det amerikanske præsidentvalg i 2016 mellem Donald Trump og Hillary Clinton, hvor Donald Trump er blevet beskyldt for at sprede en række falske nyheder via sin Twitter-profil, og hvor han har været ved at anklage store etablerede nyhedsmedier som CNN for at lave fake news.

4.2 Identitet på de sociale medier – frontstage og backstage

Erving Goffman (1922-1982) var canadisk sociolog, der især havde fokus på de sociale aspekter af hverdagen. Til trods for at hans teori blev lavet i en tid, hvor sociale medier ikke eksisterede, kan de med fordel bruges til at analysere vores adfærd online.

Goffmans teorier er baseret på observationer fra hverdagslivet og belyser, hvordan individer præsenterer sig selv over for andre i forskellige situationer, og hvordan de samtidig forsøger at kontrollere de indtryk, andre får af dem.

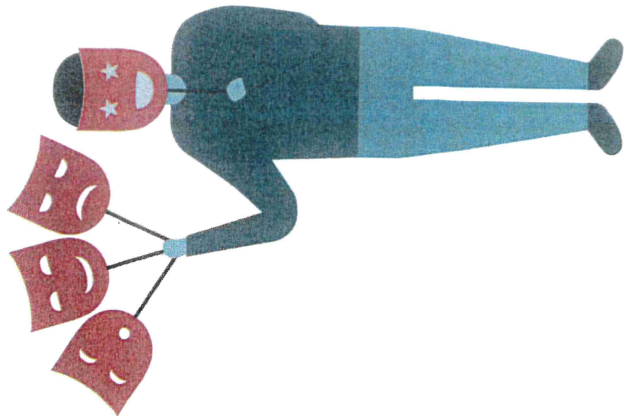
Ifølge Goffman fremviser mennesket et billede af sig selv, som det forsøger at få andre til at anerkende. Individet fremstår over for andre med en social maske på eller et såkaldt **face**.

Menneskets identitet er som en rolle, man spiller, og som løbende ændres via selvsctenesættelse.

Et vigtigt begreb hos Goffman er **impression-management** (indtryksstyring). Det skal forstås som den form for teknik, vi anvender som en styring af det billede, vi ønsker andre skal få af os. Den kommer til udtryk både i en ubevidst og bevidst præsentation af selvet. På sociale medier som Instagram kan man argumentere for, at der sker en meget bevidst selektering af, hvordan individet ønsker at

fremstå for andre, ved at brugeren vælger at dele billeder, der giver et bestemt indtryk.

Man kan også tale om en slags **beskyttelsesmekanisme**, der er til for at beskytte det enkelte individ i sociale sammenhænge. Når individet skal lave en præsentation af selvet, illustrerer Goffman det som en rolle, der spilles på en teaterscene. Man har roller til alle situationer, og der skiftes mellem disse, hvilket ikke skal ses som en påtaget handling, men mere som en naturlig tilpasning (eller adfærdregulering), der passer til den pågældende situation, som udspringer sig. På den måde kan vi sikre os, at mennesker omkring os kan acceptere os og de handlinger, vi foretager os – og derved understøtter vi således hinanden i vores selvsctenesættelse.



En ny dag starter – hvilken maske skal jeg tage på?

Et eksempel på front-/backstage

Når en tjener skal servere for sine kunder, er han frontstage og opfører sig elegant og præsentabelt (på scenen). Backstage er ude i køkkenet (bag kulisserne), hvor han forbereder sig, inden han skal ud til kunderne. Her kan han for eksempel kritisere kunderne, da køkkenet så at sige er hans fristed, hvor publikum (kunderne) ikke kan se eller høre ham. Køkkenet kan dog også være frontstage; da tjeneren også har en rolle over for sine kolleger.

Hvordan man handler i frontstage, er altså ikke nødvendigvis mere sandt, end hvordan man handler backstage, og de to scener er gensidigt afhængige af hinanden. Forholdet mellem de to er således relativt. Frontstageadfærden er den officielle, socialt tilpassede adfærd, mens backstage er øverrummet. Forskellen mellem disse to begreber kan ses parallelt til forskellen mellem det private og det offentlige rum.

Ifølge Goffman kan virkeligheden og den sociale interaktion bedst sammenlignes med et skuespil. Ligheden består i, at man både i teaterets og virkelighedens verden lader, som om den verden, man præsenterer, er virkelig. Goffman anvender her to centrale begreber: **backstage** (kulisserne) og **frontstage** (scenen).

Backstage er den private sfære, hvor man er skjult for publikum/omverdenen, mens frontstage er scenen, hvor man åbent fremtræder for publikum. Det er på

scenen, at selvet – i sammenspillet med andre – dannes.

"Mennesket vil i enhver social situation kræve en udøvelse af bestemte roller."

Goffman

Derudover er scenen et sted, hvor handlinger, der er med til at opretholde et fælles indtryk, bliver udført, og det er altså her, man viser det face, der passer til den givne situation. Face er altså Goffmans betegnelse for den facade, man møder omverdenen med – ansigtet over for andre.

"The term face may be defined as the positive social value a person effectively claims for himself by the line others assume he has taken during a particular contact. Face is an image of self delineated in terms as approved social attributes."

Goffman

Man vælger selv, hvordan man har lyst til at fremstå, når man er frontstage, men der må nødvendigvis være aspekter, der ikke er passende til den rolle, man spiller i den specifikke sammenhæng. Ting, man ikke udtrykker på scenen, kan komme til udtryk backstage, hvor man er alene med folk, man kender, eller helt alene.

Selvom man er backstage blandt venner og folk, der kender en, og slapper af, vil man altid være i en rolle og have en facade på – også over for de nærmeste. Med andre ord bliver menneskelig ageren altid performativ. På den måde arbejder vi ifølge Goffman konstant på at tilpasse vores adfærd til den rolle, der passer til den pågældende situation og det tilstedeværende 'publikum', mens vi bevæger os på hverdagens skiftende scener, hvor vi iklæder os forskellige masker. Dette

rollespil er i nutidens samfund blevet komplementet i takt med, at antallet af sociale kontekster/scener er forøget.

Sociale medier som Facebook eller Instagram er et univers, hvor der udspiller sig en masse identitetsudvikling. Den personlige Instagram-profil, som mange efterhånden har, kan ansues som den personlige identitet. Her kan man uploade informationer og billeder af sig selv, der alt sammen afspejler det billede, vi gerne vil sætte op af os selv i det kæmpe udstillingsvindue, som det sociale medie er. Identitetsdannelsen foregår dog ikke i et

"lukket" personligt univers. Det sker tværtimod i et yderst socialt univers. En caption-tekst eller et billede får gerne kommentarer med på vejen. Derfor udvikler vi også på vores identitet på de sociale medier. Vi

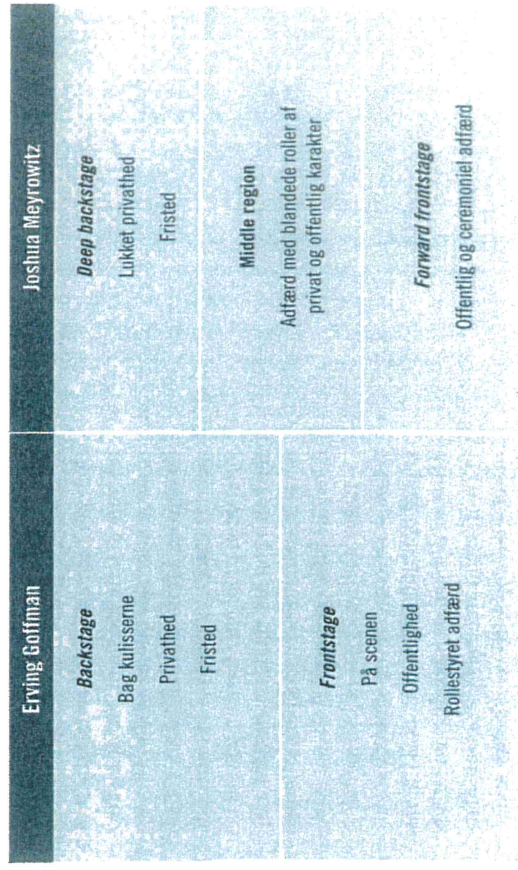
handler og agerer på de sociale medier med henblik på at blive accepteret og anerkendt af venner og sociale grupper, vi er med i.

Således bliver individets samlede identitet en social konstruktion, der hænger sammen med det forhold, at mennesket konstruerer og løbende fremviser et bestemt billede af sig selv, som det forsøger at få andre til at acceptere. Via sin præsenterede facade og sin adfærd i sociale samspil stræber individet efter at få andre til at tro på eller anerkende, at det er en bestemt person med en særlig identitet.

4.3 Meyrowitz – et kig backstage!

Ikke mindst grundet de elektroniske mediers fremkomst har forholdet mellem frontstage og backstage ændret sig

FIGUR 4.9 Forholdet mellem Erving Goffman og Joshua Meyrowitzs sociale interaktion



Note: I forlængelse af Goffman taler Meyrowitz om en deep backstage, som er et helt tilbagetrukket forum og øverum, hvor man kan være sig selv og øve sig på sin 'optræden' i den nye middle region, som er blevet den foretrukne sociale arena. Endelig fremtræder en forward frontstage, som eksempelvis er dronningens nytårstale, offentlige indvielser eller andre ceremonielle aktiviteter. KILDE: STIG HUARD, "DET SELSKABELIGE SAMFUND"

De sociale arenaer flyder sammen

Vi indgår som nævnt i mange forskellige sociale kontekster, og Meyrowitz' pointe er, at de sociale medier gør det sværere og sværere at adskille de sociale kontekster. Her kommer et eksempel: Du har været på tre måneders studieophold i Europa, og du kommer hjem og skal fortælle om turen. Til forældrene må du hellere fortælle om de trygge og rene hoteller, vennerne skal høre om farlige og actionfyldte oplevelser, og dine lærere skal høre om alle de ting, du har lært. Alle historierne er for så vidt sande, men de er forskellige. Men hvad ville der være sket, hvis dine forældre ved hjemkomsten havde arrangeret et surprise-hjemkomstparty, og hvis de dér havde placeret dig midt i manegen, hvor forældre, venner og undervisere stod rundt om, og bad dig fortælle om turen? Ville du fortælle 'forældreversionen' (hvor vennerne keder sig eller den 'vilde version' (hvor forældrene bliver utrygge)? Billedet på surprise-hjemkomsten kan overføres til en social arena som Facebook eller Instagram, hvor billeder og kommentarer uploades 24/7, hvilket gør det mere og mere umuligt at adskille de fortællinger, henholdsvis familien, vennerne og kollegaerne skal have (eftersom de alle er 'venner' med dig på Facebook).

markant. Denne udvikling har fået en række forskere til at tage Goffmans teori op til revision med henblik på præcisering af identitetsdannelsen.

Medieforskeren Joshua Meyrowitz kritiserer Goffmans model for at være statisk, da medierne har tilført dimensionen en øget gennemsigthed, hvor grænserne mellem privat og offentlig bliver flyttet. Denne gennemsigthed giver eksempelvis mulighed for at få indblik i segmenter, man ikke selv er en del af.

"Med tv-mediet skabes en gennemsigthed, hvor alle mennesker potentielt set får adgang til at iagttage alle de øvrige verdener og herved gøres det private offentligt – eller det offentlige privat og alle ved potentielt set, hvilke forskellige roller, som er til rådighed i samfundets forskellige rum."

Meyrowitz

Den kendsgerning, at vores adfærd skifter, afhængigt af hvem vi er i selskab med (som Goffman pointerede), er selvfølgelig stadig relevant at forholde sig til. Før de elektroniske medier blev allemandseje, afgang en persons adfærd af det selskab, vedkommende befandt sig i. Dermed kunne individet uden problemer have én adfærd i ét selskab og en helt modsat i et andet, da uoverensstemmelserne mellem rollerne ikke ville blive opdaget.

Ifølge Meyrowitz gør de nye medier det mere udfordrende og også vanskeliggere at opretholde de socialt adskilte verdener og dermed de forskellige roller, idet vi i realiteten kan have flere sociale identiteter – der dog alligevel ikke bør afvige alt for voldsomt fra hinanden. Man kunne for eksempel risikere at blive 'tagget' på Facebook i et billede iført trikot og

balletsko, som dermed bliver tilgængeligt for vennerne i fodboldklubben.

Meyrowitz er enig med Goffman i, at individet åbenlyst stadig indtager roller, men Goffmans teori skal, mener Meyrowitz, tilføres aktualitet. Det gør han ved at tilpasse Goffmans teori og inddele den i sfærerne **middle region**, **deep backstage** og **forward frontstage**. Den nye – midde-region – er overgangen mellem Goffmans oprindelige frontstage og backstage, som vi via medierne nu har ubegrænset adgang

til. Denne region bærer præg af halv privat og halv offentlig adfærd.

Så selvom Meyrowitz kritiserer Goffmans statiske teori, mener han ingenlunde, at den er ubrugelig, idet forståelsen af hverdagens rollespil og selvscenestelse i identitetsdannelsesprocessen stadig er yderst relevant.

Meyrowitz påpeger således tv-mediets betydning for skellet mellem frontstage og backstage. Foran tv-skærmen kan vi være i selskab med studieværter og tv-stjerner og samtidig bagtale deres påklædning,

Gør sociale medier os mere eller mindre sociale?

Det er en stående og livlig diskussion, hvorvidt det medierede liv – tv, sociale medier og mobiltelefonen – gør os mere eller mindre sociale. På videnskabelig basis er det svært (hvis ikke umuligt) at komme med et entydigt og dokumenteret svar, da det er svært at måle på, og formentlig varierer afhængigt af, hvem man spørger. På trods af det finder man flere undersøgelser over temaet. Grundlæggende kan man skille forskere og debattører i to lejre:

I den ene lejr er hovedargumentet, at disse medier erstatter face-to-face socialt samvær. I stedet for at mødes og lave noget sammen skriver vi en sms, chatter på Instagram eller taler over telefonen. Billedet er den blege nørd, som lever sit liv bag computerskærmen. Den store pessimisme over for teknologien er altså, at den virtuelle identitet erstatter det fysiske sociale samvær. Disse typer argumenter har traditionelt set kunne findes i den

skole af medieforskningen, som kaldes effektforskningstraditionen. Den opstod allerede i 1920'erne og har sit fokus på, hvordan medierne påvirker modtageren og ofte kan have en negativ effekt.

I den anden lejr mener man, at sociale medier fungerer som en forlængede arm til vores sociale liv. Vores omfattende kommunikation online erstatter altså ikke det fysiske samvær, vi ellers ville have haft. Den mere opfordrer til, og gør det muligt at være endnu mere social. Med andre ord: Web 3.0 øger vores sociale samvær. Her vil man typisk påpege sammensmeltningen af online og offline. Med denne opfattelse har man en mere positiv opfattelse af os som mediebrugere. Her spørger man nemlig ikke så meget, hvad mediet gør med mennesket, men nærmere hvad gør mennesket med mediet? Fokus er på, hvilke behov og motiver som ligger til grund for, at vi anvender mediet.

"Vi lever i et landskab af fristelser"

POLITIKEN 7. MAJ 2017, AF SVEND BRINKMANN

Mindest hvert femte minut mærker jeg en trang til at tjekke min smartphone. Hvad er der af nyheder, hvad sker der på Facebook, hvordan bliver vejret i morgen, når jeg skal på cykeltur? Jeg vil vide den slags NU, uanset om jeg sidder og arbejder ved computeren eller står i kø i supermarkedet. Udviklingen af den digitale teknologi har skabt et landskab af konstante fristelser for det moderne menneske.

Vi har ikke bare tablets og smartphones, der sætter os i stand til at tilgå al slags information når som helst. Vi har også streaming-tjenester, så vi kan se hvad som helst, når som helst vi måtte ønske det. Vi har kviklån, kreditkort og en reklameindustri, som opfordrer os til at købe og forbruge, når impulsen er der. "Just do it!" er sloganernes slogan i en kultur, der mangler impulskontrollerende bremseklodder og til gengæld hejlder stadig mere olie på maskiner, der skal realisere vores præferencer i det øjeblik, de er der.

MAN KAN ALT for hurtigt blive fortabt i et Facebookfeed, når man scroller ned. Det er jo uden ende, og så snart man er kommet et stykke ned, er der kommet nye opdateringer til i toppen. Det er tilsvarende med de tv-serier, som mange nu binge-konsumerer: Man skal gøre en aktiv indsats for at slukke, for ellers går næste afsnit i gang af sig selv. Jeg har selv haft både stor glæde og frustration ud af computerspillet

Civilization, der har sloganet "Just one more turn", og hvor det er næsten umuligt at koble fra, når spillet først er i gang. Det er netop den samtidige nydelse og frustration, der kendetegner den digitale økologi, vi har skabt for os selv. Det er spændende og nydelsesfuldt at følge med i, hvad de mennesker, vi er forbundet med, viser frem. Som hypersociale væsener er vi naturligt indstillet på at være interesserede i dette. Og de appellerende tv-serier giver æstetisk tilfredsstillelse med deres plots og flotte billeder, som man suges ind i.

De fleste af os er ikke længere omgivet af sikove og marker i vores vågne timer, men af inviterende skærme og applikationer. Ifølge nogle undersøgelser bruger vi gennemsnitligt mere tid ved skærmene end på at sove, og ifølge psykologen Adam Alter fra New York University skaber hele vores digitale økonomie enorme problemer med afhængighed - af teknologien, applikationerne, spillene og serierne.

I en ny bog med titlen "Irresistible" ("Uimodståelig") fremhæver han bag-siden af en kultur, der bestandigt inviterer den enkelte til oplevelser og forbrug gennem at klikke, scrolle, checke og kigge.

Problemet er ikke bare afhængigheden, men også risikoen for at miste de vigtige evner til fordybelse og empati, som læres gennem nærvær og fysisk tilstedeværelse af andre mennesker.

Som en konsekvens af udviklingen kommer det frivillige fravær i højt kurs. Ressourcestærke mennesker betaler mange penge for at komme på refugier uden digital teknologi, eller de kan sende deres børn i eliteskoler, hvor lærere underviser med tavle og kridt uden de forkætrede iPads. Det er værd at bemærke, at Steve Jobs angiveligt nægtede at lade sine egne børn bruge den iPad, han solgte til resten af verden.

HVAD ER løsningen? Den er at opbygge kulturelle landskaber i hjemmene, skolerne og arbejdspladserne med færre konstante invitationer. Den enkelte kan selvfølgelig gøre noget selv (undgå at oplade smartphonen ved siden af sengen, undgå skærmbredde-lige før sengetid, slå notifikationer fra osv.), ligesom familier bør have refleksioner over skærmens fristelser.

Men det er også nødvendigt at gøre noget på organisatorisk niveau, både på arbejdspladser (for eksempel i form af emailpolitik) og på uddannelsesinstitutioner, hvor man hurtigt muligt bør gøre op med den digitaliseringsfascination, der har hersket nogle steder.

Man kan selvfølgelig også bare sætte sig ned og øve sig i selvkontrol, men så længe man lever i et landskab af fristelser, er denne kamp dømt til at mislykkes. Vi må kultivere et andet landskab.

frisurer og tåbelige adfærd. Måske derfor er reality-shows blevet så populære?

En yderligere dimension i den sammenhæng må siges at være internettets fremkomst. Med de sociale netværk som Facebook, Instagram og YouTube har vi for alvor fået lejlighed til at få indblik i hinandens privatliv og i langt højere grad mulighed for at iscenesætte os selv. Med andre ord er mulighederne for at fremføre den rolle, vi ønsker, vokset eksplosivt. Med medierne på hånden kan vi på én og samme tid være front- og backstage.

Tidligere (som Goffman belyser) spillede man en rolle tilpasset de sociale og fysiske rammer man befandt sig i. Nu har vi blandt andet på nettet fået mulighed for at spille vores rolle for langt flere personer end for ganske få år siden. Derudover har vi fået meget større muligheder for at iscenesætte os selv og skabe en identitet ved at styre, hvilke dele af vores privatliv vi offentliggør.

Det interessante i den forbindelse er, skriver Meyrowitz, at alt dette kan skabe et dilemma for den enkelte, da man for eksempel via Facebook skal spille sin rolle på tværs af familiedømmer, venner og arbejdsrelationer.

4.4 Sherry Turkle: Tager teknologien magten over os?

Den amerikanske sociolog og psykolog Sherry Turkle (f. 1948) behandler også de negative konsekvenser ved vores massive brug af internettet, herunder i særdeleshed vores smartphones.

Turkles hovedpointe er, at teknologien flytter mennesker til steder, hvor vi egentlig ikke vil hen. Teknologien er medvirkende til at begrænse vores evne til at tale sammen ansigt til ansigt, og teknologien gør os ude af stand til at være alene.

Sidstnævnte er en stor stressfaktor og fører til en følelse af ensomhed.

Turkle definerer vores nye sociale adfærd som at være **alene sammen**. Vi vil gerne være sammen med hinanden, men på samme tid vil vi også være flere andre steder. Vi vil gerne skræddersy vores liv og gå ind og ud af tid og sted – på én gang både være på arbejde, skrive beskeder til vennerne og følge med i nyheder via vores smartphones. Det er ikke unormalt, at familiemedlemmer sms'er under den fælles middag, medarbejdere tjekker mails under møder etc.

Resultater er paradoksalt nok, at vi ender med at distancere os fra hinanden. I mange tilfælde fravælger vi de tidskrævende og svært kontrollerbare fysiske samtaler frem for mere overfladiske beskeder, hvor vi til gengæld kan styre, hvilket indtryk vi giver, og hvilken side af os selv vi

viser. Men ved at fravælge samtalen flytter vi os væk fra hinanden, er Turkles pointe.

Vi kan ikke finde ud af være alene

Menneskelige relationer er komplicerede og krævede, men ifølge Turkle forsøger vi at "rense" dem med teknologi. Teknologien appellerer til os, når vi er mest sårbare, for hvis vi føler os ensomme, men er bange for at åbne os for omverdenen, tilbyder sociale netværk illusionen om kammeratskab – uden alle de krav, der følger med et rigtigt venskab. Med teknologien kan vi føle os forbundet til omverdenen på en komfortabel måde. Turkles pointe er dog, at den følelse af komfort er en illusion. Hun opstiller tre fantasier, som en smartphone tilbyder os:

- Vi kan rette vores opmærksomhed hen, hvor end vi vil.
- Vi vil altid blive hørt.
- Vi behøver aldrig at være alene.



Fortæller du nogensinde dit hjem uden at have din mobil i lommen?

finde ud af at være alene) – ikke en kur mod sygdommen.

Mennesket skal lære igen at kunne være alene. For hvis man ikke har evnen til at være alene, er man nødt til hele tiden at forbinde. Og behovet for hele tiden at forbinde og frygten for at være alene får os blot til at føle os endnu mere ensomme.

Turkles mission er ikke at foreslå, at vi fuldstændig går væk fra vores telefoner og øvrige elektroniske gadgets. Hendes pointe er derimod, at vi udvikler et mere selvbevidst forhold til teknologierne. At vi reflekterer over vores brug af eksempelvis smartphonen og søger at begrænse den i sammenhænge, hvor vi hellere bør rette opmærksomheden mod de mennesker, vi er omgivet af fysisk.

De fede ord:

- > Netværksindivider
- > De digitalt indfrøede
- > Blæksprutte
- > Den medierede identitet
- > Det kommunikativt-styrede individ
- > FOMO
- > De digitale immigranter
- > Multitasking
- > Evolution
- > Det mobile samfund
- > Netværksmekanismerne
- > Selv-reproducerende budskab
- > Viral kommunikation
- > #MeToo-bevægelsen
- > Trolls
- > Fake news
- > Den globale landsby
- > Web 2.0
- > Peer-to-peer
- > Web 3.0
- > Eksplicit data
- > Implicit data
- > Ekshibitionisme
- > Shitstorms
- > Face
- > Impression-management
- > Beskyttelsesmekanisme
- > Backstage
- > Frontstage
- > Performativ
- > Middle region
- > Deep backstage
- > Forward frontstage