SPROG I SOCIALE MEDIER





TINA THODE HOUGAARD
TRINE DURUP
LASSE BALLEBY

Dansklærerforeningens forlag

SPROG I SOCIALE MEDIER

SPROG I SOCIALE MEDIER

Af Tina Thode Hougaard, Trine Durup og Lasse Balleby

© Dansklærerforeningens Forlag 2018

1. udgave, 1. oplag

Forlagsredaktion: Lars Granild
Grafisk tilrettelæggelse: Nina Hagen
Foreningskonsulent: Katrine Haaning
Forfatterfoto på omslag: Louise Søndergaard

Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner eller virksomheder, der har indgået aftale med Copydan Tekst & Node, og kun inden for de rammer, der er nævnt i aftalen.

Trykt hos Tarm Bogtryk A/S
Printed in Denmark 2018

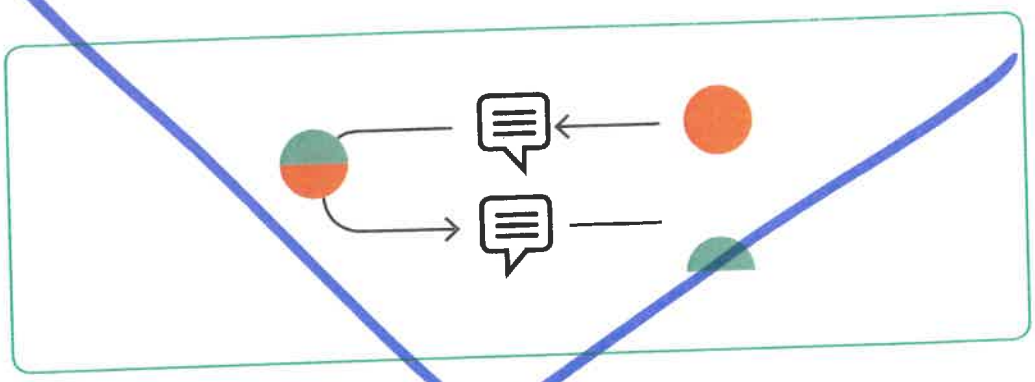
ISBN 978-87-7211-045-5

dansklf.dk

DANSK LÆRER foreningens forlag

Forlaget har forsøgt at kontakte eventuelle rettighedshavere, som kan have krav på honorar i henhold til loven om ophavsret. Eventuelle rettighedshavere, som måtte have krav på vederlag, vil af forlaget få udbetalt et honorar, som var der indgået en aftale.

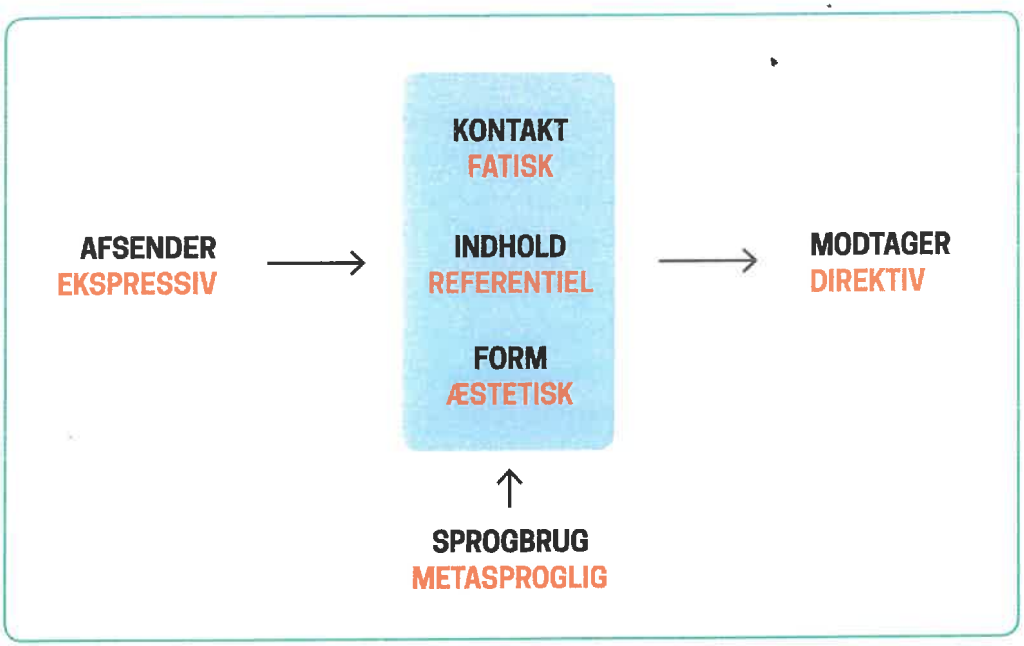
4. Forklar, hvad der sker i følgende model:



5. Tegn selv forskellige udgaver af modellen, der kan symbolisere andre typer interaktion, fx det at skrive i en facebookgruppe eller den måde, interaktionen foregår på, når man snapchatter eller interagerer på Instagram.
6. Hvordan passer interaktionen på s. 20 ind i modellen i figur 1?
7. Find et eksempel på en kommunikationssituation, hvor der er et tydeligt afsender- og modtagerforhold, dvs. en færdig tekst.
8. Find et eksempel på en interaktionssituation, hvor begge parter fungerer som både afsender og modtager, dvs. en ufærdig løbende interaktion.
9. Er der situationer, der ikke passer i modellen? Hvorfor/hvorfor ikke?

SPROGETS FUNKTIONER

Sprogforskeren Roman Jakobson udviklede i 1960'erne en model, der inddeler sproget i seks forskellige sprogfunktioner. I figur 2 ser du en lignende model over sprogets seks overordnede funktioner. Hver gang vi siger eller skriver noget, er én eller flere af de seks sprogfunktioner til stede. Ofte er der tale om en sammenblanding af de forskellige sprogfunktioner. En meddelelse kan derfor godt indeholde flere forskellige sprogfunktioner på én gang, men der vil altid være en, der er den dominerende. Sprogfunktionerne hænger sammen med de seks konstituerende faktorer, som du kan se i modellen, dvs. de faktorer, der altid er til stede i en kommunikationssituation: afsender, modtager, indhold, kontakt, sprogbrug og form.



Figur 2: Kommunikationsmodellen er inspireret af Roman Jakobsons seks sprogfunktioner

- **Ekspressiv** (eller emotiv) sprogfunktion fokuserer på afsenderen og dennes holdninger og følelser. Den afsenderrettede sprogfunktion ses i opslag, hvor afsenderen i en tekst træder stærkt frem, fx i et udbrud, en kærlighedserklæring, eller når man beskriver sin holdning til et bestemt emne i et opslag, fx "Årh, det kan jeg godt lide" eller "Jeg synes, at bogen er megakedelig".
- **Direktiv** (eller konativ) sprogfunktion taler vi om, når påvirkningen af modtageren er det dominerende, dvs. når det er hensigten at få modtageren til at gøre, mene eller føle noget. Det kan eksempelvis være en ordre, som fx "Send lige det link".
- **Referentiel** sprogfunktion peger på (eller refererer til) noget, der findes i virkeligheden. Den referentielle sprogfunktion dominerer, når vi indholdskommunikerer, dvs. når indholdet og informationerne er det vigtigste, fx "Festen starter klokken 20" eller "Anden Verdenskrig sluttede i 1945".
- **Fatisk** (eller social) sprogfunktion viser, at samværet og fællesskabet er det centrale. Her er der fokus på det sociale aspekt og det at være i kontakt med hinanden. Det kan være "Hej" eller "Er du der?". Den fatiske

sprogfunktion er også til stede, når vi smalltalker, hvor det at tale med hinanden og være i kontakt er vigtigere end indholdet af det, der bliver sagt.

- **Metasproglig** (eller metalingvistisk) sprogfunktion bruges til at beskrive den måde, som man bruger sproget på, dvs. sprogbrugen. I stedet for at have fokus på indholdet kommenterer man på den måde, indholdet bliver meddelt, fx når man siger "Hvad mener du med ordet romantisk?". I en online sammenhæng kan hashtags have en metasproglig funktion. (Det kan du læse mere om i kapitel 5, s. 126-127).
- **Æstetisk** (eller poetisk) sprogfunktion beskrives ofte som meddelelsen for meddelelsens egen skyld, dvs. når der er meget fokus på formen og meddelelsen som æstetisk oplevelse, fx stil, rim og rytme. Det æstetiske er dominerende i "ælle bælle, mig fortælle" og ofte også i brugen af emojis i onlineinteraktion.

Selv om onlineinteraktion ikke var en realitet, da modellen blev udviklet, kan de seks sprogfunktioner alligevel være med til at beskrive den interaktion, vi har med hinanden online. I sociale medier er der en tendens til, at det ekspressive (afsenderrettede) og fatiske (sociale) dominerer. I mange af vores interaktionssituationer online er der nemlig fokus på afsenderen og fællesskabet. Men også det æstetiske er en vigtig sprogfunktion, når det kommer til onlineinteraktion. Det ser man blandt andet i de mange muligheder for at designe meddelelser med mange forskellige modaliteter. (Du kan læse mere om *meddelelsesdesign* i kapitel 4, s. 108-111).

ØVELSER

1. Forklar modellen (figur 2): Hvordan hænger sprogfunktioner sammen med de konstituerende faktorer?
2. Hvilken sprogfunktion er den dominerende i følgende meddelelser:
   a. Mekanik kan ikke nikke, dikkedarer ikke dikke, elastikker ikke stikke og ståhejer ikke stå.
   b. Vi må heller se at komme i gang #eksamen #huehuehuesnart.
   c. Yeeeeeesssssss! Jeg gjorde det!!!!!
   d. Tak for komplimenten, men du er altså også mega dejlig.

e. Skriv en kommentar #tagsfortags.
f. Eksamensperioden begynder den 25. maj.

3. Find et eksempel på hver af de seks forskellige sprogfunktioner i onlineinteraktion.
4. Er der nogle af de seks sprogfunktioner, der optræder hyppigere i onlineinteraktion end andre? Hvorfor tror I?
5. Kreativ skriveøvelse: Omskriv følgende tekst (hvor den referentielle sprogfunktion dominerer) til en tekst, hvor den ekspressive dominerer:
   Vejret er godt. Solen skinner fra en skyfri himmel, og termometret viser 24 grader i skyggen. Det er den 12. juni; om to uger har de fleste børn og unge sommerferie, men lige nu forbereder mange sig til mundtlig eksamen. De vil stadig blive bedømt efter 7-trinsskalaen (kaldes også 12-skalaen), som blev indført i 2007 i Danmark.
6. Omskriv derefter til tekster, hvor henholdsvis den fatiske, den direktive og den æstetiske sprogfunktion dominerer. Sammenlign, og diskuter jeres forskellige bud. Kan man gøre det samme med den metasproglige funktion? Hvorfor/hvorfor ikke?

TURTAGNING I HVERDAGENS SAMTALER

Du kender det sikkert: Din ven fortæller en sjov historie om noget, som han har oplevet dagen forinden. Mens historien bliver fortalt, får du en indtrængende lyst til at bidrage til fortællingen med en sjov tilføjelse eller måske en lignende episode, du selv har oplevet. Du venter på at få lov til at komme med din tilføjelse, men din ven fortæller og fortæller, og det er svært at bryde ind – i hvert fald uden at virke uhøflig. Efter en sætning gør din ven holdt, og *nu* har du mulighed for at få sagt det, du gerne vil – taleturen er din.

Når vi taler sammen ansigt til ansigt, taler vi ikke i munden på hinanden, fordi det vil gøre det svært for os at forstå hinanden og indholdet af vores samtaler. I stedet skiftes vi til at have ordet og holde samtalen i gang. Tonefald, pauser, spørgsmål, tøvelyde og kropssprog indikerer, hvornår den næste person kan sige noget. Enten svarer man på spørgsmål, kommenterer det, der er blevet sagt, eller begynder på et nyt emne. Og mens vi lytter til den anden, er vi faktisk ofte sideløbende i gang med at forberede det, vi selv vil sige, når det er tid til et turskifte.

I sociologien sondrer man mellem privat og offentlig på tre måder:

- Forholdet mellem staten (det offentlige) og borgeren (privatpersonen)
- Forholdet mellem offentlige rum (fx gader, pladser) og private rum (fx hjemmet)
- Forholdet mellem offentliggørelse og privatholdelse af oplysninger (fx økonomiske og seksuelle forhold, politisk overbevisning, helbred og strafbare forhold).

Den adfærd, som vi ser på de sociale medier, er præget af det sociale liv, fordi de sociale medier i vid udstrækning er en forlængelse og forstærkning af vores 'fysiske liv' eller, som man tidligere sagde: IRL (In Real Life). Denne fremhævelse af det fysiske i modsætning til det virtuelle er forældet i dag. Men i internettets første mange leveår (i store træk før årtusindskiftet) talte man om internettet som cyberspace, dvs. en virtuelt fremstillet og oplevet verden, der adskilte sig meget fra 'den virkelige verden'. I cyberspace var man ofte anonym og kunne eksperimentere med sin identitet; mange udgav sig for at være helt anderledes, end de var IRL. Men i dag forstår vi internettet og de sociale medier som middel til alt det, som vi også foretager os IRL, dvs. kommunikation, interaktion, handel, reklame, nyhedsformidling og dating. Man taler om, at den sociale virkelighed er blevet *augmenteret*, dvs. forlænget og forstørret.

GOFFMAN OM BACKSTAGE OG FRONTSTAGE

Den afgørende forskel på privat og offentlig er de sociale regler og normer for, hvad man kan tillade sig. Disse normer forhandles konstant, og der er ikke blevet færre forhandlingerne af, at vi har fået sociale medier. Ordene *normalt* og *normer* stammer begge fra det latinske *norma*, som betyder rettesnor.

Med inspiration fra teaterverdenen sondrede den canadiske mikro-sociolog Erving Goffman mellem, om man var fremme på scenen (*frontstage*), eller om man var bag scenen og kulisserne (*backstage*). Privat (eller *backstage*) kan bedst sammenlignes med det hjemlige og bruges om det, som man kun deler med en enkelt person eller en mindre gruppe af personer,

og som ikke angår andre. I det private rum kan vi gøre en masse ting, der normalt ikke er tilladt eller velset i det offentlige rum, fx bagtale andre, prutte eller have sex. Offentlig (*frontstage*) er så alt det andet, dvs. det, alle har mulighed for at deltage i eller overvære, som alle har adgang til, eller som gælder for alle; dér, hvor man konstant tænker på, hvordan man optræder foran et publikum. I det offentlige rum præsenterer vi den bedste side af os selv – vi forsøger at skabe og leve op til et image med en adfærd, der holder sig inden for normen. I interaktionerne i det offentlige rum forhandler vi hinandens offentlige sociale værdi.

Skellet mellem privat og offentlig er ikke så tydeligt, når man færdes på sociale medier, som det tidligere har været. I 1985 blev Goffmans begreber udvidet af mediesociologen Joshua Meyrowitz, der mente, at store dele af det private og offentlige var smeltet sammen til en *middle region.* Selv om der i *middle region* kan være tale om en privat situation, er den tilpasset, så den også egner sig til at blive vist i en mere offentlig sammenhæng. Et eksempel er realityshows. Selv om vi ser deltagerne i private situationer, er de samtidig bevidste om, at de optræder i en rolle foran seerne. Når vi bevæger os på de sociale medier, befinder vi os ofte i en *middle region*. Vi slår måske et billede op fra vores køkken eller soveværelse, der viser en privat situation, der også egner sig til at blive vist i en mere offentlig sammenhæng.

ØVELSER

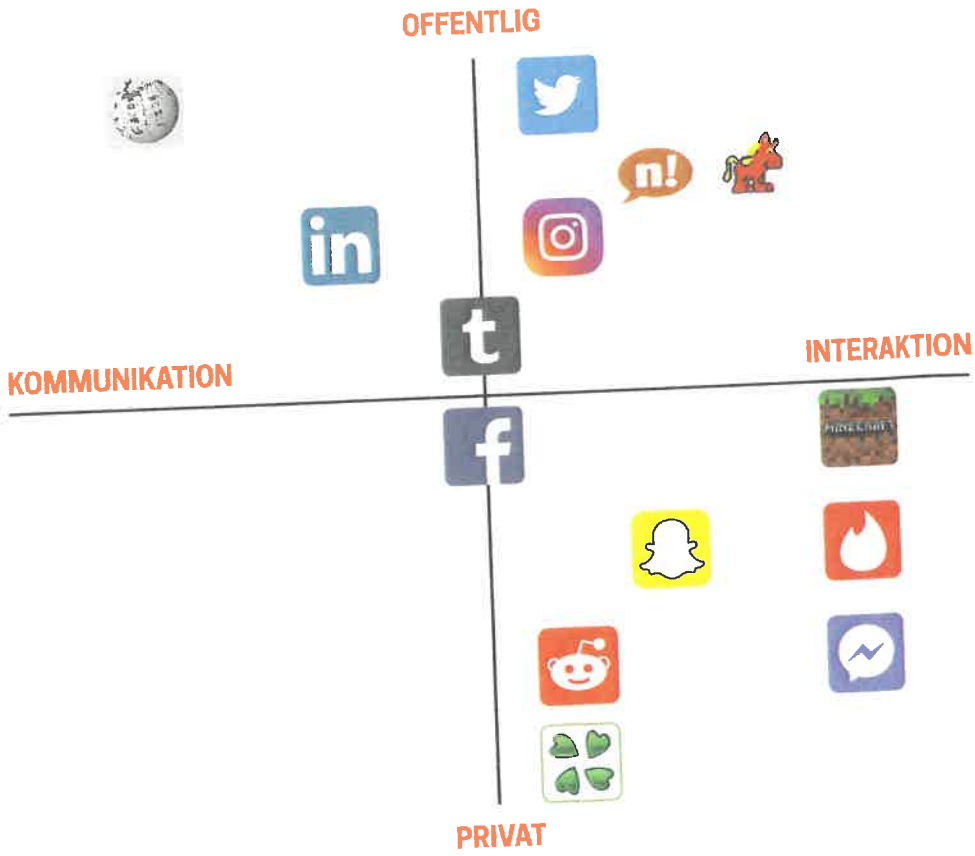
1. Kom med eksempler på frontstage og backstage fra jeres egen hverdag – og diskuter, hvornår noget er i middle region.
2. Find fem opslag fra en offentlig persons profil (eller brug din egen) på Instagram, og beskriv dem med begreberne frontstage, backstage og middle region.

SOCIALE MEDIER – MELLEM PRIVAT OG OFFENTLIG

Graden af offentlighed og graden af interaktion er beskrivende for, *hvordan* sociale medier er forskellige (se figur 3 på næste side). De sociale medier er bygget op omkring det at indgå i relationer med hinanden. Hvad enten man er venner på Facebook, i netværk via LinkedIn eller følger nogen på Twitter eller Instagram, er der skabt en individuel og ofte også personlig forbindelse. Disse relationer og sociale mønstre er offentlige; offentligheden er et grundvilkår på sociale medier, men mange agerer alligevel, som om interaktionen foregår i et privat rum. Grænsen mellem det private (backstage) og offentlige (frontstage) er ikke længere så skarp.

På chats som fx Messenger er graden af privathed og interaktion høj, fordi man dels interagerer med en enkelt person eller en afgrænset gruppe, man kender i forvejen, dels skriver hyppigt frem og tilbage. Modsat giver Twitter eller Instagram mulighed for at komme ud til mange og adskiller sig på den måde fra Messenger ved at have en højere grad af offentlighed, samtidig med at der på begge medier ofte postes indlæg, som ikke får mange kommentarer og sjældent fører til længere interaktioner. Interaktionen på det sociale medie 4chan er i princippet offentlig, fordi alle kan deltage og få adgang til det, men det, at man kan skrive anonymt (via brugernavnet Anonymous), hvad langt de fleste gør, betyder, at det kommer til at stå ansigts- og forfatterløst og dermed uden private konsekvenser for afsenderen. 4chan er altså ikke privat i ordets egentlige forstand, men snarere ikke-offentligt, forstået sådan, at det ikke kan få offentlige konsekvenser, fordi interaktionen er anonym. En af effekterne af dette er, at en del af emnerne på 4chan er grænsesøgende og provokerende, og nogle gange normbrydende og direkte ulovlige. Et andet grænsetilfælde er datingsider og -apps, som fx Tinder, hvor profilerne er offentligt tilgængelige, men de tilknyttede (eller ønskede) handlinger, som fx at date eller have sex, normalt bliver betegnet som noget, der tilhører privatlivets fred.

Mange steder kan brugerne selv vælge, hvor åbne eller lukkede deres private profiler skal være. Graden af privat- og offentlighed afhænger derfor også af den enkelte profil, og det har også betydning for, hvordan man bruger sproget, fx hvor indforstået man skriver, og hvor meget ens sprogbrug er præget af slang og engelsk (læs mere om det i kapitel 3).



Figur 3: Sociale medier mellem privat og offentlig. I modellen indgår følgende sociale medier: Wikipedia , LinkedIn, Twitter, Ekstra Bladets Nationen, Heste-nettet.dk, Instagram, Tumbler, Facebook, Mindcraft, Snapchat, Tinder, Reddit, Messenger og 4Chan

I modellens to akser skelnes der mellem kommunikation/interaktion og graden af privat/offentlig. Sociale medier er sjældent entydige, og derfor vil man sagtens kunne argumentere for, at nogle sociale medier kan placeres anderledes, end de er her i modellen. Sociale medier er dog kendetegnet ved at have en vis grad af enten interaktion eller offentlighed, og derfor er det svært at placere et socialt medie øverst i venstre felt, hvor digitale medier som fx e-Boks kan placeres.

ØVELSER

1. Lav en definition på sociale medier to og to. Hvordan adskiller din definition sig fra bogens? Passer den på alle sociale medier?
2. Indsæt selv andre sociale medier i aksemodellen, og diskuter, om du er enig i den måde, som de sociale medier er placeret på.
3. Hvor mange forskellige sociale medier bruger du? Hvilke?
4. Hvad bruger du de forskellige sociale medier til? Giv eksempler på forskellige handlinger.
5. Hvor offentlig er din(e) profil(er)? Diskuter hinandens valg.

Selv om vi i denne bog fokuserer mest på, hvad der sker med sproget, når vi påvirker hinanden ved at interagere, er vi selvfølgelig klar over, at en del af det, der foregår på internettet og de sociale medier, bedre lader sig beskrive som klassisk kommunikation, dvs. hvor det skrevne fremstår monologisk, og hvor deltagerne (afsender og modtager) tilsyneladende ikke påvirker hinanden, dvs. hvor relationen og emnet for kommunikationen ikke forhandles. Man kan diskutere, om en hjemmeside som fx Wikipedia overhovedet er et socialt medie, fordi den brugergrænseflade, hvor den sociale interaktion foregår, umiddelbart er skjult for publikum. Når vi alligevel har Wikipedia med, hænger det sammen med, at de opslagstekster, vi finder, når vi slår op under et tilfældigt ord, som fx humørikon, bygger på input fra mange forskellige brugere. Wikipedia er på den måde et eksempel på, at brugerne er *produsere*, der både skaber og bruger indholdet på sitet (læs om produser i kapitel 4, s. 102-103, og "Centrale begreber"). Opslagsteksterne er kollektive og brugergenererede produkter, der er resultatet af mange forhandlinger, som man kan se, hvis man er logget ind og klikker på enten "diskussion" eller "historik" på den pågældende side. Et andet grænsetilfælde er spilchat, som på sin vis er meget dialogisk og i konstant vekselvirkning, men også kan blive fuldstændig tilsidesat, hvis spillet kræver det.

SOCIALE MEDIER I FORANDRING

Antallet og karakteren af de sociale medier er hele tiden i forandring. Nogle sociale medier, som I anvender til daglig, vil ikke være nævnt her i bogen, ligesom flere af de sociale medier, der nævnes, vil ændre karakter og derfor være anderledes, end vi har beskrevet dem. Efter al sandsynlighed er der også kommet nye sociale medier til, siden bogen blev udgivet; måske er der også nogle af de sociale medier, der er forsvundet eller blevet mindre populære. Man kan kalde det for de sociale mediers forandringsmønster.

ØVELSER

1. Kom med eksempler på sociale medier, du inden for det sidste halve år har brugt mindre end tidligere. Begrund dit svar.
2. Kom også med eksempler på sociale medier, som du netop er begyndt at bruge. Begrund dit svar.

De sociale mediers forandringsmønster kan til en vis grad kædes sammen med betegnelserne overfladenettet (Surface Web), det dybe net (Deep Web) og det mørke net (Dark Web).

Overfladenettet (Surface Web) er den del af internettet, som blandt andet kan findes via søgemaskiner. Mange af de sociale medier, der omtales her i bogen, og som de fleste kender til, befinder sig på overfladenettet. Det er også her, de sociale mediers forandringsmønster er mest tydelig. Nogle sociale medier på overfladenettet er mere populære end andre, og de mest anvendte og kommercialiserede medier illustreres i figur 4 (se næste side) som den del af isbjerget, solen skinner direkte på. Det er her – på solsiden – at politikere, sportsstjerner og almindelige brugere som dig og mig med offentlige profiler ytrer holdninger, fortæller anekdoter eller deler

Ansigtsløs interaktion

Når der er så mange forskellige ansigtsudtryk, hænger det sammen med, at vi bruger netop ansigtet til at aflæse hinandens humør. Derfor kaldes smileys også humørikoner. I internettets første årtier talte man om, at de elektroniske medier muliggjorde anonym, ansigtsløs kommunikation, det kunne fx være anonym chat i forskellige chatfora. Når man skrev sammen, forsøgte man derfor at kompensere for, at man hverken kunne se hinandens ansigtsudtryk eller høre hinandens stemmer. Også i dag befinder man sig ofte i spontane interaktionssituationer online, hvor der er behov for information om, hvordan et indlæg skal forstås, fordi man ikke kan se og høre hinanden. Det er en af grundene til at bruge emojis.

I samtaler kommer elementer som tone og nuance primært til udtryk gennem gestik, mimik, udtale og stemmeføring. Her har det stor betydning, om stemmen er knirkende, smilende eller ironisk, men også om man siger noget med lys eller mørk stemme. Når alt dette mangler i skriftlig online-interaktion, må man på anden måde verbalisere det. Den information giver vi nu ofte gennem smileys og emojis, som på den måde er en form for *metakommentar* (læs mere om metakommentarer i "Centrale begreber").

ØVELSER

1. Prøv at indsætte emojis i eksempel 1 på næste side. Hvordan ændrer svaret "OK" betydning, alt efter om det er en emoji, der trækker på skuldrene, 🤷, tager sig selv til hovedet (facepalm), 🤦, er syg, 🤒, eller noget helt fjerde?
2. Dramatiser eksempel 1 ved at sige "OK" med forskellig betoning, stemmeføring og ansigtsudtryk og kropsbevægelse. Film de forskellige dramastykker. Hvad er forskellen på dem, hvori ligger forskellen, og hvordan kan det oversættes til emojis?
3. Er der elementer (visuelle eller akustiske) i en samtale, der ikke kan oversættes til emojis?
4. Hvordan og hvorfor kan emojis vise kropsbevægelser, der understreger følelser og tanker?
5. Hvordan bruges emojis og gammeldags smileys som fx :-) forskelligt? Hvilken betydning har situationen og mediet?

Eksempel 1:



I eksempel 1 får Anders det korteste svar, man næsten kan tænke sig. Hvis det ikke er en del af en længere samtale, kan det være meget svært for ham at afkode, hvad Bjørk egentlig mener med OK. Er hun ærlig?

Eksempel 2:



I eksempel 2 har Bjørk suppleret sit korte svar med en enkelt emoji (cold sweat), der kan betyde, at det går godt, selv om hun befinder sig i en udfordrende situation.

Eksempel 3:



Eksempel 3 er anderledes end de to øvrige, fordi emojien (smirk) med det smørrede grin virker selvglad. Sammen med den blinkende emoji antyder Bjørk måske noget frækt og sender dermed et lidt indbildsk flirtende svar.

Eksempel 4:



I eksempel 4 kan Bjørks svar med emojien med lynlåsmund betyde mindst to forskellige ting. Enten at hun synes, at Anders skal tie stille, dvs. ikke spørge mere, eller at hendes mund er lukket med syv segl. Som i mange andre eksempler kan den konkrete kontekst afgøre den præcise betydning.

Eksempel 5:



I eksempel 5 betyder emojien med hjerteøjne sandsynligvis, at Bjørk er forelsket. Det kan også betyde, at hun bliver glad for, at Anders bekymrer sig om, hvordan hun har det.
