

POLITISKE DISKUSSIONER

Når man kommunikerer, forsøger man at opretholde det, Erving Goffman kalder *face*. *Face* er den sociale værdi, selvopfattelse og de egenskaber, man gerne vil have anerkendt og ønsker opretholdt gennem kommunikationen. I hver enkelt kommunikation, man deltager i, investerer man et *face*: På Instagram bygger man sit *face* op i hele sin profil, men det enkelte post er også en del af *face*. I en kommunikation ønsker man, at dem, man kommunikerer med, skal anerkende og være med til at opretholde det *face*, man har stillet frem, og på samme måde skal man også selv opretholde andres *face*. Sprogforskerne Penelope Brown og Stephen Levinson opererer med et positivt *face* og et negativt *face*. Positivt *face* er kendetegnet ved ens behov for social anerkendelse og at blive behandlet med respekt, mens negativt *face* indeholder et ønske om *ikke* at blive hæmmet eller bestemt over, så ens frihed indskrænkes.

Goffmans teori er udviklet til kommunikation, hvor man kommunikerer ansigt til ansigt. Men på sociale medier er kommunikationen ansigtsløs, og det gør ens *face* mere sårbart for trusler. Særligt på Facebook, men også på massemediernes hjemmesider diskuteres artikler og politikeres opslag livligt. Indimellem lægges politikere og deltagere i en debat for had – deres *face* *true af uhøfligheder*. I politiske diskussioner er 15 % af kommentarerne hadefulde og facetruende, viser en undersøgelse fra Institut for menneskerettigheder fra 2017.

Ifølge Jonathan Culpeper er uhøflighed et udtryk for, at afsenderen med vilje har til hensigt at true modtagerens *face*, men samtidig kan modtageren opfatte en ytring som uhøflig, selvom afsenderen ikke havde en intention om at være det. Culpeper peger desuden på, at en slags uhøflighed er til stede i ordenes betydning (semantisk perspektiv), som når man kalder et andet menneske for idiot. En anden slags uhøflighed kommer først frem i kraft af den sammenhæng, ytringen indgår i (pragmatisk perspektiv), som det er tilfældet med sarkasme.

Geoffrey Leech udviklede i 1980'erne maximer for, hvordan man udtrykker høflighed i kommunikation, og ud fra høflighedsmaximer kan man også udlede brud på høflighed. I oversigten er uhøfligheder også sat i relation til negativt og positivt *face*.

Høflighed

Sømmelighedsmaxime:

At minimere modpartens omkostninger og maximere modpartens vinding.
"Hæng på, jeg er tilbage om et sekund."

Gavmildhedmaxime:

At minimere indsatsen for modparten og maximere modpartens vinding.
"Sæt dig ned, så henter jeg et glas vand."

Bekræftelsesmaxime:

At minimere mistro til modtageren og maximere tillid.
"Det er godt, at det er dig, der er integrationsminister."

Beskedenhedsmaxime:

At maximere værdsættelse af modparten og minimere værdsættelsen af én selv.
"Du har en virkelig god pointe dér. Sådan havde jeg slet ikke set det."

Enighedsmaxime:

At minimere uenigheden og lægge fokus på enighed.
"Jeg er enig med dig i, at en for høj fraværsprocent er et problem, når man skal tage sig en uddannelse."

Optimismemaxime:

At fokusere på det positive ved modpartens kommunikation.
"Det er godt, at du sætter fokus på problemet."

Uhøflighed

Brud på sømmelighedsmaxime:

At hindre modparten i at komme til at ytre sig (true negativt face) ved at unfriende* eller at holde samtalepartneren på afstand ved at bruge ord eller fraser, som modparten ikke forstår (true positivt face).

Brud på gavmildhedmaxime:

At afstå fra at vise gavmildhed og gøre det besværligt for modparten (true positivt face).
"Du kan da selv hente dit vand. Og tag også noget med til mig, når du er i gang."

Brud på bekræftelsesmaxime:

At vise, at man ikke har tillid til afsenderen ved at irettesætte eller ignorere (true positivt face).
"Du har slet ikke forstået den statistik, du henviser til."

Brud på beskedenhedsmaxime:

At håne, være nedladende, ikke at tage samtalepartneren seriøst (true positivt face).
"Hahahahahaha. Det kan du ikke mene seriøst."

Brud på enighedsmaxime:

At adskille sig fra samtalepartneren, f.eks. at tydeliggøre, hvor man er uenig med modparten (true positivt face).
"Jeg er ikke enig med dig i, at Trump er uegnet som præsident."

Brud på optimismemaxime:

At finde negative sider frem ved modpartens kommunikation, såsom at påpege stavfejl (true positivt face).
"Der er ikke 'd' i gjort. Så klap nu il!"

*
Unfriende: at fjerne venskaber.

Når ens face er i fare for at blive truet, kan man gribe til strategier, der kan gøre, at man undgår at få sit face truet. En strategi er undgåelsesstrategien, hvor man undgår at tabe face ved ikke at berøre et særligt emne eller at forlade samtalen, inden en facetruende talehandling kan etableres. Man kan også ignorere som et led i en undgåelsesstrategi. En anden strategi er korrektionen, hvor man grundlæggende ønsker at korrigere det ødelagte face og genoprette sit face. Det kan man gøre ved at komme med nye informationer eller at komme med en smart bemærkning om modparten.

Et væsentligt aspekt af kommentartråde til artikler på Facebook eller til en politikers opdateringer på Twitter er, at uhøflighed bruges til at skabe et modsætningsforhold mellem et *dem* og et *os*. Ved at bruge høflighedsmaximer til at bekræfte andre, der har samme eller lignende synspunkt som en selv, søger man et værdifællesskab, men man har ikke nødvendigvis et ønske om at blive klogere på modpartens synspunkt. Tværtimod kan man med uhøfligheder bryde med høflighedsmaximer for at forstærke sit identitetsfællesskab med et *os*. Man etablerer sig selv som en del af en gruppe, der har samme eller lignende synspunkt, frem for at fremstå som et individ med egne, særlige synspunkter. I et værdifællesskab er man enige med nogle personer om at være imod andre, og man kan let få likes for sine kommentarer, og det synes at have en *polariserende* tendens. Man anvender høflighed over for dem, man er enig med, og er *facetruende* uhøflig over for dem, man ikke er enig med.

Den sociale identitet er knyttet til følelsen af magt. Er man flere, der mener det samme, men på forskellige måder og med forskellige påstande og belæg, så står man stærkere. Og den styrke, den magt, gør

Samarbejdsprincipper for kommunikation

At politiske tråde kan udvikle sig til polariseringer, skaber problemer for kommunikationen. Herbert Paul Grice udformede i 1970'erne fire maximer for en kommunikation, der fungerer, fordi den grundlæggende bygger på en samarbejdsvillighed mellem parterne i en kommunikation. Disse maximer bliver ofte brudt i kommentartråde på sociale medier.

Kvanitetsmaximet: Giv den mængde information, som kommunikationssituationen kræver.

Kvalitetsmaximet: Udtryk kun det, du er sikker på, er sandt, og som du har rygdækning for.

Relevansmaximet: Vær relevant.

Mådemaximet: Undgå bandeord, nedsættende ord og tvetydighed. Vær kort og ordentlig.

det muligt at være uhøflig. Ved at være uhøflig kan man yderligere understrege sin sociale identitet som en del af et *os* imod *dem*. Frem for et individuelt face er man en del af et socialt, *kollaborativt** face. En trussel mod den enkeltes face er derfor en trussel mod det sociale, *kollaborative* face, og *os* vil forsvare andre i *os*-gruppen mod face-angreb fra *dem*-gruppen. Derved bliver polariseringen tydelig.

*
Kollaborativt:
baseret på
samarbejde.

Dialog er der sjældent meget af i kommentartråde: Man smider om sig med tal og beskyldninger og går i lige så høj grad efter manden som efter bolden. Man anvender argumenttypen *argumentum ad hominem*, hvor man argumenterer mod modparten som person og personens motiver i stedet for at diskutere emnet. Distanceringen mellem afsender og modtager og den ansigtsløse kommunikationssituation, hvor man ikke bliver konfronteret med konsekvenserne af sine ytringer og ikke kan aflæse modtagerens reaktion på kropssprog, giver plads til den hårde tone og til internet *trolls*.

Trolde/trolls

Begrebet trold/troll bruges om en onlineidentitet, der træder ind i en onlinedebat med det formål at afspore og ødelægge den. En troll kan eksempelvis ophidse folk ved at tilsvine, anvende nedsættende øgenavne eller true. Nogle trolls gør det for egen underholdnings skyld, andre er politisk motiveret. Mange trolls har en profil, der fremstår anonym: Profilen har ingen venner og har et anonymt profilbillede.

Følelser og umiddelbare reaktioner præger politiske diskussioner på Facebook frem for mere grundlæggende debatter baseret på saglighed. Kommentarer bærer præg af at være formuleret hurtigt. Der er typisk en del stove- og slåfejl, og de er uforpligtende og ikke synderligt gennemtænkte eller velargumenterede fra afsenderens side.

OPGAVER



ANALYSE OG DISKUSSION – POLITISKE DISKUSSIONERS EFFEKT

Formål: At træne en sproglig analyse med det formål at vurdere politiske diskussioners effekt.

Find en Facebooktråd, der diskuterer politik.

- Foretag en sproglig analyse af tråden:
 - Find forskellige former for argumenttyper.
 - Identificér brug af høflighed og uhøflighed.
 - Identificér brug af eller brud på samarbejdsprincipper for kommunikation (se side 114).
- Ud fra din analyse skal du vurdere, om den politiske diskussion skaber en demokratisk debat, eller om den styrker ekko-kamrene (side 15).



ANALYSE – ER EN HOLDNING I EN FACEBOOKTRÅD NOK?

Formål: At træne litterær analyse med henblik på forholdet mellem eksplicit og implicit fortæller.

Læs uddraget af Christina Hagens *White Girl 2* i antologien side 165.

- Karakterisér sproget – hvad siger det om jegfortælleren (den eksplicitte fortæller)?
- Hvordan forholder jegfortælleren sig til sin handling online og handling i virkeligheden?
- Hvad er forholdet mellem den eksplicitte jegfortæller og den implicitte fortæller?
- Hvad er tekstens udsagn – og hvilken rolle spiller sproget heri?
- Hvilket perspektiv har teksten på Facebook?



ANALYSE OG DISKUSSION – POLITIKERES ANSVAR FOR AT SKUBBE TIL POLARISERINGEN

Læs Joachim S. Wiewiura og Vincent F. Hendricks' kronik "Støjbergs facebookprofil er samlingspunkt for polarisering", Information d. 16. april 2016. **Infomedia id: e5a9f6od**.

- Find synspunkter i Joachim S. Wiewiuras og Vincent F. Hendricks' kronik. Hvad er det væsentligste synspunkt?
- Hvilke andre argumenter har de?
- Afgør, hvilke argumenttyper, retoriske og sproglige virkemidler, der i særlig grad er anvendt, og hvilken effekt de har for kommunikationen.
- Find argumenter mod Joachim S. Wiewiuras og Vincent F. Hendricks' synspunkter.
- Hvad er din egen holdning til emnet? Find belæg for dine egne synspunkter og lav en argumentation.
- Sæt jer i grupper af 3-4, og diskutér ved at fremlægge jeres holdninger og belæg.
- Overvej, hvilke argumenter der fungerer bedst, og hvorfor.



DISKUSSION – POLITISKE DISKUSSIONER PÅ FACEBOOK

Formål: At diskutere, hvorvidt Facebook er et udtryk for demokratisering eller polarisering.

Læs Katrine Marie Guldagers artikel "Facebook gør os alle sammen dummere," Politiken d. 29. juni 2016 **Infomedia Id: e5c77826** og Simon Friis' "Glem ekkokammeret. Facebook er en gave til demokratiet." www.altinget.dk, d. 30. april 2017 **kortlink.dk/t8f9**.

- Find hovedsynspunktet og væsentlige synspunkter for de to tekster og afgør, hvilke synspunkter der er mest centrale for emnet for hver tekst.
- Sæt synspunkterne op over for hinanden i et skema, eller klip dem ud og placér dem på A3-ark.

- Find de karakteristiske argumenttyper og sproglige virkemidler og vurdér, hvilken betydning de har for evnen til at overbevise modtageren.
- Diskutér synspunkterne: Hvad er din egen holdning?
- Find nogle kommentartråde på Facebook. Tag udgangspunkt i dem i din diskussion af synspunkterne.



SKRIVEØVELSE – IND MED HØFLIGHED OG UD MED UHØFLIGHED

Formål: At udforske, hvad der sker ved at ændre uhøflighed til høflighed.

Find en politisk Facebooktråd med en række facetruende talehandlinger og uhøflighedsfraser.

- Omskriv tråden, så det facetruende fjernes, og uhøflighedsfraserne omskrives til høflighedsfraser.
- Vurdér sammen med andre, hvad de facetruende talehandlinger og uhøflighedsfraser gør ved debatten på Facebook.



INNOVATION – TROLLS

Formål: At forstå og løse problem knyttet til politiske debatter på sociale medier.

- Beskriv det problem, du vil løse, ud fra danskfaglig viden og analyse (eksempelvis af konkrete kommentartråde).
- Brainstorm på idéer til at løse problemet.
- Vælg en idé ud, hvor din danskfaglige viden og metodiske arbejde kan komme i spil, og som løser problemet.
- Realiser idéen og vurdér, i hvor høj grad den kan løse problemet, og hvilke problemer der er knyttet til idéen. Brug din danskfaglige viden til den vurdering.