

Maria Lundorf Andersen og Naja Dyhr

interACTION

Et speciale om politikeres selviscenesættelser
og indtryks-styring på Facebook

interACTION

Et speciale om politikeres selvscenesættelser
og indtryks-styring på Facebook

Speciale i Kommunikation

Aalborg Universitet maj 2014

Vejleder Søren Lindhardt

Anslag 314.025

Svarende til 130,8 normalsider

Maria Lundorf Andersen

Nadja Dyhr

Forord

Dette speciale er udarbejdet i perioden 1. Februar 2014 til 2. Juni 2014. Det har været en lang og intens proces

Specialet har budt på mange udfordringer undervejs, men alligevel står det færdige resultat nu klar. At dette speciale nu er en realitet, kunne ikke have ladet sig gøre uden mange menneskers hjælp.

En stor tak skal lyde til vores familie og venner for deres store tålmodighed de har udvist, mens arbejdet stod på.

Endnu en tak skal lyde til Morten Thorsø Pedersen, som har været behjælpelig med at sætte projektet op i InDesign. Tak for de mange timers arbejde du har været behjælpelig med.

Endelig skal der lyde en tak til vores specialevejleder, Søren Lindhardt, for hans altid store engagement og kompetente og konstruktive vejledning under specialets forløb.

Abstract

This Masters Thesis focuses on politicians possibly for controlling impressions, as well as 'face-work', on a social media site such as Facebook; where the lines between public and private are blurred and where an uncountable number of users are able to publicly interact with the politicians through this type of social media. The Masters Thesis has two goals in mind: Firstly to acquire insight into how the public presentation of politicians are produced on Facebook; and in relation to this how they are able to keep up appearances in front of an uncountable amount of potential receivers in this virtual space. The second goal is to design an analytical framework which has the ability to investigate a specific behaviour through the interaction on social media sites. The goal for this research is to find out how politicians, as well as the receivers of the political messages, are able to use the functions of social media; in order for them to interact and present themselves specifically for the counterpart.

The analytical framework of this research is tied to academic literature, which entails sociological, media-sociological as well as practical-oriented theories. These sociological theories are based on the dramaturgical metaphor and 'face-work' of Erving Goffmann, as well as the interaction forms an political scandals of John B. Thompson. The theories are designed to examine the social interaction between the involved people. The practical-oriented theories especially include the visual communication model and storytelling of Lisbeth Thorlacius. The theories within this field examines how people manage the linguistic and the symbolical content

in their interaction on the Facebook-sites. Through the interaction we are able to see how politicians position themselves opposite of their receivers and to what degree they let themselves be controlled by the demands and expectations of the receivers; in order to keep up the 'face of positivity'. The product of this analysis are five empirical examples. Each of these examples are a case of interaction through politicians or users of Facebook posts, as well as additional comments in regards to the thread in question. What is true of all of the five examples is that the 'faces' of these politicians are being threatened as a consequence of the receivers ability to generate their own content on the individual sites.

Through the creation of the analysis a pattern of the politicians 'face-work' on Facebook have been formed. A consistent feature is that the receivers put forward their expectations publicly to the politicians, which in turn requires the politicians to handle these expectations via a public response. Furthermore the receivers have an expectation that the politicians are present through their Facebook pages and moreover that the politicians are careful not to expose other people in a negative fashion. Therefore we are able to see that there is an amount of norms on the social media sites, just as there is in the physical world. What is particularly worth of notice is that these norms are adjusted in relation to the technical requirements of the specific media in question.

Indholdsfortegnelse

Indledning	13
Mediernes påvirkning af det private og offentlige rum	15
Medialiseringens betydning for politisk selviscenesættelse	17
Hjarvards definition af politikeres selskabeliggørelse	20
Problemfelt	22
Metode	31
Den sociale samhandling og symbolsk interaktionisme	34
Teoretisk fundament	36
Goffman – det iscenesatte Selv	36
Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel	38
Storytelling	39
Appelformerne	40
Typer af handlingsmuligheder på sociale medier	40
John B. Thompson	41
Stig Hjarvard	43
Observation på Facebook	45
Netnografi	46
Begrundelse for valg af empiriske eksempler	48
Reabilitet og validitet	49
Generaliserbarhed i specialet	51

Metodeteori	55
Når storytelling bliver til personlig branding	55
Digital storytelling	59
Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel	62
Typer af handlingsmuligheder på sociale medier	67
Appelformerne	69
Logos	69
Pathos	70
Etos	71
 Medieteor	 73
Erving Goffman - Det iscenesatte selv	73
Ansigts-arbejde	83
John B. Thompson	88
Stig Hjarvard – det selskabelige samfund	98
John B. Thompson - Den politiske skandale	101
Den politiske skandale	101
 Analyse	 109
Eksempel 1 - Anders Samuelsen	117
Den kommunikative begivenhed	117
Kommunikationssituationen	124
Eksempel 2 (Teis Volstrup)	129
Den kommunikative begivenhed	129
Kommunikationssituationen	139
Eksempel 3 (Kristian Jensen)	145
Den kommunikative begivenhed	145
Kommunikationssituationen	157

Eksempel 4 - Nina Hygum	162
Den kommunikative begivenhed	162
Kommunikationssituationen	167
Eksempel 5 – Thomas Kastrup-Larsen	173
Den kommunikative begivenhed	173
Kommunikationssituationen	178
Diskussion	187
Koblingen af Goffman og Thompson i analysen	187
Kan den visuelle kommunikationsmodel undersøge interaktion på Facebook?	189
Kobling af medieteorier og metodeteorier	191
Facebook – en augmented reality eller digital dualisme?	192
Refleksion og perspektivering	197
Analyserammens virke	197
Analyserammens afspejling og	199
adskillelse fra kritisk diskursanalyse	199
Perspektivering	201
Konklusion	207
Litteraturliste	215

Indledning

Vi ser det dagligt: Kendte såvel som ukendte mennesker verden over, der skriver blogs, microblogs og statusopdateringer om deres personlige liv på de sociale medier, og ukendte mennesker, der bliver til reality-stjerner, fordi de deltager i TV-reality programmer som ”Paradise Hotel” og ”Big Brother”. Den personlige selvszenesættelse er gennem de senere år blevet fokusområde hos en stor del af folket. Udviklingen peger i retning af, at der blandt menneskene er skabt en forståelse og en forventning om, at vi skal ’åbne op’ for vores personlige liv og dele det med offentligheden. Fordi der gennem medierne, og særligt de sociale medier, sættes fokus på det enkelte og unikke individ, der er ukendt af offentligheden, tyder det på, at medierne også spiller en rolle i forhold til påvirkning af menneskets selvforståelse i forhold til hvor meget, de skal dele deres personlige liv med offentligheden. Denne tendens bakkes op af Stig Hjarvard, som påpeger, at medierne ændrer på: *”(...) de involverede aktørers evne til at styre definitionen af den sociale situation, brugen af verbal og non-verbal kommunikation samt anvendelsen af rekvisitter og territorier i interaktionen”* (Hjarvard, 2008: 42). Afsenderne kan derfor interagere med sine modtagere gennem medierne, og herved påvirke deres adfærd i bestemte retninger. Denne interaktion forstår Hjarvard dels som kommunikation og dels handling mellem flere aktører (Hjarvard, 2008: 39). Samme tendens ses også på den politiske scene, hvor flere politikere på lands- og lokalplan, bruger Facebook-sider til at kunne interagere med offentligheden, og derigennem til at vise, hvem de er, og hvad de står for. Samtidig skal de konstant forholde sig til de politiske skandaler, der, gennem de seneste år, er blevet integreret i medierne. Den konventionelle opfattelse af politiske skandaler i Danmark, er at medierne ikke skjuler eller ’lægger

fingrene mellem' de fejl og mangler som politikerne har – det være både i offentlige og private henseender. Offentliggørelsen af politiske skandaler er steget stødt de seneste år og er tredoblet i perioden fra halvfemserne til det nye årtusinde, og det kræver derfor, at politikerne har en klar strategi for, hvordan de fremstiller sig selv på de sociale medier.

Vi har derfor valgt at lade den politiske kommunikation danne ramme om dette speciale, idet vi netop vil sætte fokus på, hvordan denne politiske selviscenesættelse ser ud i den virtuelle virkelighed på de sociale medier, hvordan politikerne styrer indtrykkene hos en ubestemt mængde modtagere, der alle har mulighed for at give respons og derved påvirke politikernes image, og hvordan de opretholder 'ansigt', når skandalen truer. Fordi begrebet interaktion både angår det kommunikative plan og på handlingsplan, har vi af samme årsager valgt at give dette speciale titlen "interACTION", idet der på de sociale medier foregår en interaktion mellem politikere som afsendere og deres modtagere, men samtidig sker der en handling, hvor parterne gensidigt påvirker hinandens sociale adfærd. Vi har hver især nogle personlige interesser og kompetencer, som vi mener vil kunne styrke vores samarbejde for dette speciale. Maria interesserer sig særligt for den politiske kommunikation, og hertil hvordan politikerne kan opretholde ansigt, når krisen er opstået. Nadja interesserer sig derimod for interaktionen på de sociale medier, og hertil hvordan man som privatperson, politiker eller virksomhed kan bruge de sociale medier som kanal til at udtrykke en personlig identitet i brandingregi.

For at kunne forstå denne udvikling og mediernes påvirkning af den sociale adfærd i samfundet, vil der nu følge en gennemgang af mediernes påvirkning af samfundets strukturer, og hertil skellet mellem det private og offentlige rum.

Mediernes påvirkning af det private og offentlige rum

John B. Thompson, professor i sociologi på University of Cambridge, beskriver i sit værk *"Medierne og Moderniteten – en samfundsteori om medierne"*, hvordan medierne gennem tiderne har udviklet sig, og dermed forandret den verden, vi lever i. Han påpeger, at en af de store forskelle i mediernes udvikling i samfundet, og hvor de adskiller sig fra hinanden, er definitionen af offentlighed. Information gennem medierne er vokset betydeligt, hvilket har gjort det væsentlig sværere at skelne mellem det private og offentlige rum. Dette skyldes, at både offentlige og private personer i stigende grad bruger mediernes interaktionsmidler og publikationer nu end før det moderne samfund. Tidligere var offentligheden defineret ved hjælp af begreber som dialog og rum, men offentligheden i den medierede nutid skiller sig ud på baggrund af tekniske ressourcer, der adskiller netop dialog og rum. Thompson definerer nutidens medierede offentlige rum som det ikke-lokaliserede rum. Med dette mener han, at det offentlige rum ikke er et sted, hvor mennesket har mulighed for at interagere med hinanden på samme måde som i virkeligheden, men er et sted hvor mennesket udsender og modtager symbolske former (Thompson, 2001: 134-140). I det tidligere medie galdt det om at være på det rigtige sted på det rigtige tidspunkt, men i dag gælder det om at slippe gennem mediernes nåleøje, hvilket især er bevidst hos politikerne (Thompson, 2001: 134-140).

Thompson fokuserer på betydningerne ved at være offentlig og privat, idet han skelner mellem det offentlige og det private gennem historiens samfundsmæssige opbygning, som stammer helt tilbage fra senmiddelalderen. Her blev udtrykkene *offentlig* og *privat* tydeligere adskilt, grundet de samfundsmæssige forandringer (Thompson, 2001: 135).

Thompson tager udgangspunkt i de vestlige samfunds udvikling, og kommer med to forklaringer af dikotomi mellem offentlig og privat rum (Thompson, 2001: 135).

Den første betydning af den såkaldte dikotomi, som Thompson fokuserer på: *"(...) har at gøre med forholdet mellem på den ene side den institutionaliserede politiske magts domæne (...) og på den anden side domænet af økonomisk aktivitet og personlige forbindelser der faldt uden for direkte politisk kontrol"* (Thompson, 2001: 136). Offentlig dikotomi kom i stigende grad til at omhandle den autoritet, der var forbundet med statslig magt, hvorimod privat dikotomi omhandlede alt det, der ikke var. Men op gennem den samfundsmæssige forandring er det blevet betydeligt sværere at skelne mellem privat og offentlig. Thompson siger hertil: *"Desuden er grænserne mellem det offentlige og det private siden slutningen af det nittende århundrede blevet stadig mere uklare"* (Thompson, 2001: 136-137).

Det offentlige dikotomi definerer han som værende tilgængelig for offentligheden. Han påpeger at: *"Det der i denne betydning er offentligt, er det der er synligt eller kan iagttages, det der udføres med tilskuere på, det som alle eller mange kan se eller høre eller høre om"* (Thompson, 2001: 138). Modsat det offentlige dikotomi er det private dikotomi: *"(...) det der er uden for synsfeltet, det der bliver sagt eller gjort uforstyrret eller i hemmelighed eller inden for en begrænset kreds"* (Thompson, 2001: 138).

Den anden betydning af dikotomi stammer fra de klassiske græske bystater, hvor borgerne samledes for at debattere og fremføre lovforslag. Denne betydning af dikotomi falder ikke sammen med den første betydning, men alligevel eksisterer der en variation mellem magtens synlighed og regeringsformerne (Thompson, 2001: 138). Thompson siger at: *"Deltagernes indlæg og argumenter kunne ses og høres af dem der var forsamlede, og alle borgere var lige berettigede til at give udtryk for deres holdninger"* (Thompson, 2001: 138). Borgerne kunne altså få lov at blive hørt og være med til at træffe en fælles beslutning om de debatterende emner. Alligevel var der begrænsninger, idet kun athenske mænd over tyve år kunne deltage. Slaver, kvinder og tilflyttere var altså udelukket fra debat (Thompson, 2001: 139),

men denne betydning af dikotomi illustrerede: *"(...) alligevel at det klassiske demokrati som regeringsform indebar en vis forpligtelse til at magten skulle være synlig (...)"* (Thompson, 2001: 139).

Medialiseringens betydning for politisk selviscenesættelse

Mennesket er i nutidens samfund vant til politikere, der kommunikerer politiske budskaber i gennem medierne. Da disse politikere er tilgængelige for alle, der tænder for deres fjernsyn, opstår der et naturligt tilhørsforhold til disse. Thompson nævner at: *"Vi kan i en vis grad føle os fortrolige med de personligheder og politiske ledere der jævnlige er i fjernsynet og i andre medier"* (Thompson, 2001: 134). Thompson tilføjer yderligere, at der er sket store forandringer gennem samfundet de seneste århundreder.

Før TV'et, telefonen og internettets fremkomst var det kun muligt for menneskene at føre ansigt-til-ansigt interaktion med hinanden, hvilket gjorde det muligt for de politiske ledere kun at frembringe deres politiske budskaber for en lille del af befolkningen ad gangen. Thompson siger at: *"Før mediernes udvikling var politiske ledere usynlige for de fleste af de mennesker de regerede, og de kunne begrænse aktiviteterne med at håndtere deres selv-præsentation til den lovgivende forsamling eller hoffets forholdsvis lukkede kreds"* (Thompson, 2001: 134). Derfor havde de mulighed for at håndtere deres selvrepræsentation på den måde de ønskede, uden at skulle stå til regnskab i medierne. Sådan forholder det sig ikke i nutidens samfund, hvor: *"(...) det ikke længere er muligt at begrænse selv-præsentationen på denne måde. Politiske ledere er i dag, hvad enten de vil det eller ej, nødt til at tilpasse deres aktiviteter til en ny form for synlighed der fungerer på nye måder (...)"* (Thompson, 2001: 134). Med dette mener han, at selvom der er fordele ved mediernes udvikling i forhold til offentlighed, er der også faldgruber, der kan true politiske ledes iscenesættelse og opretholdelse af image.

I sin teori kommer Thompson ind på, hvilken påvirkning den medierede offentlighed har for blandt andet politikeres image og selvscenesættelse efter de elektroniske mediers indtrædelse. Her påpeger han, at efter mediernes udvikling er det ikke længere nødvendigt at være til stede for at høre politikeres budskaber. Der er skabt nye offentlighedsformer, der gør, at mennesket ikke længere er afhængige af en fælles lokalitet (Thompson, 2001: 141). Men med disse nye muligheder, opstår der samtidig også flere faldgruber. Politikere skal nu være i stand til at skabe et positivt image og selvpræsentation overfor publikum. Denne synlighed af politikerne gennem medierne er steget stødt siden det nittende århundrede, og har i det tyvende århundrede opnået en særdeles stor betydning og forandring. Thompson nævner tre forskelle, der har særlig betydning. Den første forandring er den voldsomme stigning i antallet af de mennesker som har mulighed for at modtage medierede budskaber (Thompson, 2001: 153). Den anden forandring er udviklingen af fjernsynet, der gør det muligt for publikum at se politikeren. Derfor er det visuelle indtryk af politikeren nu en vigtig faktor i deres fremstilling, da publikum danner sig deres eget indtryk af politikeren ud fra blandt andet deres måde at klæde sig og hvordan de fører sig frem (Thompson, 2001: 153). Den tredje forandring, som Thompson nævner, er udviklingen af politiske systemer, hvor de forskellige partier konkurrerer om at sikre sig stemmer fra befolkningen (Thompson, 2001: 153). Gennem denne udvikling har særligt fjernsynet spillet en stor rolle.

Ifølge Thompson lyder det: *"Den omhyggelige selv-præsentation over for et fraværende publikum, hvis troskab hele tiden skal plejes, og hvis støtte fra tid til anden er altafgørende, er i dag ikke så meget en mulighed som en nødvendighed for faktiske eller potentielle politiske leder og deres partier."* (Thompson, 2001: 153). Han mener derved, at politikere og politiske partier ikke har noget valg omkring deres synlighed, hvis de vil opnå stemmer fra publikum. Hvis de undgår denne synlighed vil det ifølge Thompson: *"(...) enten være politisk selvmord eller et trick fra én der var så vant til selv-præsentationens kunst (...) at vedkommende kunne hævde at klare sig uden"* (Thompson, 2001: 153).

Præsident Nixon var en af de første amerikanske præsidentkandidater, der benyttede sig af fjernsynet til sin fordel. Nixon tabte afstemningen i 1960 til Kennedy, og besluttede derefter at bruge fjernsynet til at præsentere sit nye image for vælgerne (Thompson, 2001: 154). Gennem reklamespots forsøgte Nixon's erhvervede medierådgivere at danne et nyt image og billede udadtil af Nixon. Samtidig ønskede de at beskytte ham mod skadelige spørgsmål fra journalister, hvilket de gjorde ved at konstruere iscenesatte paneldiskussioner til Nixon's fordel (Thompson, 2001: 154).

Præsident Reagan brugte ligeledes medierådgivere i sin valgkamp i 1980'erne (Thompson, 2001: 154). Michael Deaver og David Gergen, som stod bag bureauet Reagans PR, var klar over vigtigheden i at kunne håndtere pressen på den rigtige måde (Thompson, 2001: 154). De var klar over, hvilken betydning fjernsynet havde for den politiske fremstilling og forsøgte derfor, at opretholde det gode 'venskab' med medierne og tv-selskaberne. De fandt yderligere ud af, at det var vigtigt at holde Reagan væk fra selve spottet, og opfandt i samme anledning; *lynafleder-teorien* (Thompson, 2001: 154). Denne teori gik i sin enkelthed ud på, at præsidenten skulle holdes i sikkerhed, hvorimod andre skulle stå i skudlinjen for eventuelle fejl, som præsidenten måtte forårsage, og påtage sig kritikken. De skulle således metaforisk aflede et eventuelt lynnedslag. Pressekonferencer med præsidenten blev kraftigt nedskåret, og præsidenten var sjældent i skudlinjen for journalisters spørgsmål, hvilket gjorde det betydeligt sværere for præsidenten at svare forkert eller komme med ukyndige udtalelser (Thompson, 2001: 155).

Stig Hjarvard arbejder også med den politiske iscenesættelse og kommunikations-situation. Han beskriver politik som en institution, bestående af flere elementer, blandt andet partier, politikere og folkeafstemninger. Denne institution danner ramme for fælles beslutninger og offentlige diskussioner, der skal ende ud i en samlet beslutning vedrørende samfundets normer og fælles ressourcer. Ligesom alle andre institutioner i det moderne samfund er politik også blevet medialiseret. Den politiske institution, er sammen med de andre institutioner, blevet afhængige af mediebil-

ledet, som styrer både den interne og den eksterne kommunikation i det offentlige rum, hvor det gør sig gældende at politikerne og den politiske institution skal udgøre en totalitet (Hjarvard, 2008: 32, 65).

Udviklingen af den medialiserede politik løber fra 1920'erne, hvor radioen dukker frem samt TV'ets fremkomst i 1950'erne. De politiske partiers medlemstal falder, idet borgerne begynder at få deres information om samfundet gennem medierne. I 1960'erne begynder journalistik at blive en selvstændig profession, og her begynder kritikken af politikere og politiske institutioner for alvor. Det er nu journalisterne, der formidler politikken i medierne, og politikerne begynder at blive klar over konsekvenserne, hvis de ikke spiller sammen med journalisterne. Udøvelsen af den politiske magt og selve politikken foregår stadig på partiernes egne præmisser. Det er denne periode Hjarvard omtaler som *"Den medialiserede politik"*. Perioden er præget af ændringer, hvor publikum bliver til forbrugere som skal serviceres, frem for borgere der skal oplyses (Hjarvard, 2008: 65-70). Dette berører Thompson ligeledes, idet han giver et eksempel, hvor det britiske parlament, der ofte var fremstillet i offentlig skue, grundigt blev undersøgt af pressen. Derfor blev parlamentet nødt til at påtvinge sig et åbent sind og frivilligt lade sig samarbejde med dem. Dette eksempel gør sig især gældende for nutidens politikere og pressens forhold imellem, der har et skiftende afhængighedsforhold til hinanden; politikerne vil gerne frembringe deres budskaber og sprede dem, pressen vil gerne sælge sine medier og borgerne vil gerne vide hvad der giver sig til kende i samfundet.

Hjarvards definition af politikeres selskabeliggørelse

Ifølge Hjarvard har radio og TV ændret kommunikationssituationen for politikere, og i den forbindelse opstod der en ny periode fra 1960'erne, som kaldes den medialiserede politik. I dag har borgerne mulighed for, gennem forskellige broadcast medier, at se og høre politikerne, hvilket gør, at kriterierne for politikernes måder

at kommunikere på bliver ændret. Grundet denne ændring af politikernes positioner på scenen, vurderer borgerne dem anderledes, idet de er back region i deres hjem og har mulighed for at dømme dem (Hjarvard, 2005: 9-13).

Mennesker er indrettet således, at den måde, hvorpå vi taler og agerer, tilpasses i forhold til de mennesker, vi er sammen med, og i hvilke situationer vi befinder os i. Denne tilpasning er en gensidig forventning mellem mennesker, hvilket betyder, at alle mennesker forventer, at hinanden påtager sig den rolle, der er forventelig i situationen. Men på Facebook må det siges at være anderledes, idet at disse forventninger og situationer er sammenblandet og kan medføre komplikationer, hvilket for eksempel ses, når politikere som privatpersoner slår noget op på Facebook, der strider imod det de skulle stå inde for som politikere. Politikere forsøger at kontrollere deres selvbillede gennem det indhold de lægger ind på Facebook. De kan blandt andet skabe en personlig profil, hvor de enten kan lade deres indhold være offentlig eller privat.

Thompson og Hjarvard er således enige om, at mediernes magt har gjort, at politikere må være opmærksomme på, hvordan de fremstiller deres personlige ydre igennem medierne, og at den øgede synlighed af politikere er en af årsagerne til det stigende antal af politiske skandaler. Dette gør sig også gældende i forhold til vores speciale, da vores empiriske eksempler på politikeres iscenesættelse alle er medierede. Vi arbejder med politikeres personlige iscenesættelse og skandaler, der alle er opstået på baggrund af afsløringer på sociale medier, hvilket viser, at politik i stigende grad er blevet personificeret.

Efter at have dannet baggrundsviden om mediernes udvikling og påvirkning af det private og offentlige rum i det sociale liv, vil vi nu bevæge os videre til specialets problemfelt.

Problemfelt

Vi mennesker lever i en tid, hvor vi konstant har et behov for at udtrykke, hvem vi er overfor andre mennesker. Vi fortæller historier om os selv for at sætte os i et bestemt lys, men vi vil samtidig også gerne leve op til de forventninger, andre mennesker har til os. Ifølge Svend Brinkmann er vi aldrig eneforfattere på vores livsfortællinger – der er altid en række medforfattere til at skabe historien (Brinkmann, 2008: 23). Denne tanke deler han med Erving Goffman, der gennem sin teatermetafor beskriver, hvordan det sociale samspil i hverdagen påvirker det enkelte menneskes adfærd og rutiner. Mennesket må derved indgå et uformelt forlig med den sociale verden, hvor der er plads til at vedkommende kan positionere sig overfor andre mennesker ved at forsøge at kontrollere deres indtryk sig, og samtidig tilpasse sin adfærd efter andre menneskers restriktioner og forventninger. På trods af at Goffman forstår menneskets sociale ageren på baggrund af ansigt-til-ansigt interaktioner, kan samme tendens spores på det virtuelle plan, hvor sociale medier gennem de senere år har hersket frem. I 2004 så Facebook dagens lys. Her kunne brugerne dele deres egne oplevelser, erfaringer og billeder med andre brugere, som de havde tilføjet på en særlig venneliste. Det sociale medie var oprindeligt tiltænkt som en virtuel platform for studerende på Harvard University, men Facebook blev hurtigt et verdensseje. I 2008 blev brugerne beriget med ”like”- funktionen samt muligheden for at kunne knytte kommentarer til andres Facebookopslag, hvilket for alvor satte skub i muligheden for interaktion blandt brugerne (Page, 2013: 66-67). I 2010 rundede sitet 500.000.000 aktive brugere, fordelt verden over. Også i Danmark er vi godt med i forhold til brugen af de sociale medier. Malene Charlotte Larsen, som har skrevet en Ph.d.-afhandling på Aalborg Universitet, omhandlende unge og online sociale netværk, nævner at:

"Ifølge de seneste tal fra Danmarks Statistik er 42% af alle danskere mellem 16 og 74 år tilknyttet en online sociale netværksside, hvilket svarer til hver anden internetbruger i Danmark. Blandt dem har 95 % en profil på Facebook"

(Larsen, 2010: 7).

Den hyppige brug af de sociale medier kan skyldes, at brugerne ønsker mere autenticitet. Denne påstand understøttes af Liesbet Van Zoonen, som siger:

"(...) when having to choose between mediated and personal knowledge, audiences by and large give more weight to their own experiences, or those of their close relatives than to those presented to them by the media"

(Van Zoonen, 2012: 61)

Ifølge citatet viser det sig, at folket lægger vægt på deres egne oplevelser, frem for det, som er iscenesat af diverse mediestationer. Van Zoonen henviser samtidig til en etnografisk undersøgelse, foretaget af Gameson, hvorfra det lyder: *"a combination of media information, personal experience and popular wisdom underlie the way people make sense of events in the world around them."* (Gameson in Van Zoonen, 2012: 61). Ifølge Van Zoonen og Gameson vil det således være fordelagtigt for folket at kombinere den medierede kommunikation med den personlige oplevelse, hvilket de sociale medier som Facebook giver dem stor mulighed for, idet Facebook netop er baseret på online deling af folkets personlige oplevelser, holdninger og erfaringer. Samme aspekt berører Jenkins, da han mener, at massemedierne, med sin brede vifte af formidlingskanaler, der alle har forskellige betingelser for interaktion, samler deltagerorienterede communities (Jenkins, 1992: 1). Samme tendens gør sig gældende på Facebook, idet brugerne her kan samle sig i virtuelle grupper som eksempelvis fan-sider eller politiker-sider.

Det store udbud af interaktionsformer på de sociale medier har samtidig gjort, at der er sket en ændring i menneskets sociale adfærd, når det interagerer på nettet. Dette uddyber Thompson i det følgende:

”Kommunikationsmediernes udvikling indebærer en omdannelse af det sociale livs symbolske karakter. Der sker en omorganisering af de måder information og symbolsk indhold bliver fremstillet og udvekslet på i den sociale verden, og en omstrukturering af de måder mennesker forholder sig til sig selv og hinanden på”

(Thompson, 2001: 19-20)

Der stilles derved nogle andre krav til menneskene, når de agerer på de sociale medier i forhold til, når de agerer i den virkelige verden. Det må derfor også antages, at interaktionsformerne på de sociale medier stiller andre krav til personernes selvfremstilling i forhold til måden, hvorpå personerne fremstiller sig selv i den virkelige verden. Dette skyldes, at de konstant skal være opmærksomme på, hvordan andre mennesker opfatter dem. Dette bakkes op af den danske ekspert indenfor sociale medier, Thomas Bigum, som i en artikel med overskriften: *”Nu skal det være slut med at skrive ’fede luder’ på nettet”* i Jyllands-Posten den 12. Marts 2014 siger:

”Grunden til, at sproget på de sociale netværk og andre steder på nettet ofte er hårdere end på gaden, er (...) at det er nemmere at gemme sig bag skærmen. Det handler også om, at folk kan reagere hurtigt og være korte for hovedet. Man mangler modpartens kropssignaler og modsvar, når man kommer med en ytring”.¹

¹ <http://woview.infomedia.dk.zorac.aub.aau.dk/?url=http://jyllands-posten.dk/indland/ECE6551295/nu-skal-det-vaere-slut-med-at-skrive-fede-luder-pa-nettet&OpointData=e4f5a5caae8f4da1bf3691c3d3764dc1JmlkX3NpdGU9MzE5JmlkX2FydGljbGU9NzA1NDU5JmlkX3VzZXI9Mjg0MCZpZF9hcHBsaWNhdGlvbj0xMDAwMzU5Jmxbmc9ZW4>

Indførelsen af de sociale medier har således gjort, at mange folk kan tillade sig at sige nogle ting, som de måske ikke ville have sagt i en ansigt-til-ansigt interaktion.

På den anden side vil folk have autenticitet og personlige oplevelser, hvilket har sat større krav til synligheden særligt på den politiske front i forhold til brugen af sociale medier. Denne diskussion kommer Richard Sennett ligeledes ind på, idet han gennem sin analyse af intimicering af det offentlige rum, nævner, at folket ikke længere kun vælger politikerne på baggrund af deres politiske holdninger, men nærmere ud fra politikernes personlige fremstilling (Sennett, 1976: 25-27)². Folk ønsker med andre ord mere nærvær i forhold til politikerne. Dette kom ligeledes til udtryk ved den kommunalpolitiske valgkamp i november 2013, hvor flere nyhedsmedier havde kastet fokus på, at lokalpolitikere skulle blive mere synlige på de sociale medier. Her bragte den regionale TV-station TV2/Nord et indslag om, at lokalpolitikere oplever en stor grad af chikane på de sociale medier.³ Kort forinden havde samme TV-station bragt et andet indslag om, at politikere ikke er synlige nok på de sociale medier.⁴ Dette bakkes op af Dansk Kommunikationsforening, som mener, at særligt borgmestre i højere grad skal benytte sig af de sociale medier. De har i samme ombæring foretaget en undersøgelse, som viser at 23 ud af 98 borgmestre ikke er på Facebook. Vi ser derfor, at der ligger et implicit krav om, at man som politiker, også skal følge mediestrømmen og handle herefter. Samtidig tegner der sig et billede af, at folket ikke blot ønsker mere synlighed, men også personlighed, og at de to substantiver således bliver brugt synonymt med hinanden.

2 Richard Sennett (f. 1943), sociolog og professor ved London School of Economics samt Massachusetts Institute of Technology, forholder sig kritisk overfor intimitetens fremherskende i det offentlige rum. Vi forholder os ikke videre til den kritik, da undersøgelsen er forankret i Thompson's og Hjarvards teori, som undersøger de vilkår, der kendetegner interaktionen i det private og offentlige rum.

3 <http://www.tv2nord.dk/artikel/279485>

4 <http://www.tv2nord.dk/artikel/272669>

Samme aspekt berører Van Zoonen, idet hun nævner, at folkets ønske om mere synlighed fra politikere kan skyldes, at fokuset er flyttet fra at være på det samlede parti og deres politiske udgangspunkt til at være på den individuelle politiker, deres personlige liv, holdninger og erfaringer (Van Zoonen, 2012: 60). Van Zoonen sammenligner tendensen med reality-tv, hvor mennesker har fået stor interesse i at følge med i andre menneskers liv. Med dette er politikere blevet en særligt udsat gruppe, da det både forventes af dem, at de er synlige på de sociale medier, samtidig med at de skal affinde sig med potentielle ”øretævere” fra populationen.

Malene Charlotte Larsen skriver i sin afhandling, at flere internetforskere ser begrebet ’privacy’ som: *“(...) tvetydigt, når det kommer til internetbaserede praksisser.”* (Larsen, 2010: 39). Med dette menes der, at man: *“(...) på den ene side kan (...) argumentere for, at folk har en stor grad af kontrol over deres privatliv på nettet, idet de selv vælger hvilke informationer, de vil offentliggøre online (...), og at de dermed har kontrol over mængden af, tidspunktet for og omstændighederne omkring de private informationer, de deler i det offentlige rum”* (Larsen, 2010: 39). Larsen tilføjer til ovenstående udsagn at: *“(...) folk mister kontrollen over deres informationer, når disse først ligger på nettet, og de risikerer dermed at deres informationer tages ud af den kontekst, hvori de oprindeligt har optrådt”* (Larsen, 2010: 39). Larsen påpeger, at der er risici ved alle informationer, der lægges ud på internettet, og i særdeleshed sociale medier, hvor der er mulighed for at kommentere. Derfor skal alle mennesker, og særligt kendte personer, gøre op med sig selv, hvor meget de ønsker at offentliggøre fra deres privatliv. Når det kommer til politikere, er der stor forskel på, hvilke informationer der bliver offentliggjorte. Nogle politikere ”nøjes” med at fremlægge deres politiske budskaber, hvorimod andre også inddrager deres privatliv. Spørgsmålene melder sig om det i virkeligheden har en positiv effekt for politikernes image og den politiske kommunikation, at befolkningen kommer så tæt på dem? Hvor går grænsen for, hvor meget politikerne skal dele sit private liv med offentligheden? Og hvordan tackler politikerne den øgede opmærksomhed på deres personlige front?

Ovenstående vidner om, at der er nogle problematikker i balancegangen mellem privat og offentlig. Dette ses særligt ved populationens forventninger til at offentlige personer, eksempelvis politikere, skal dele deres personlige liv med offentligheden på de sociale medier. Samtidig skal politikerne finde sig i en hård tone fra deres modtagere. Flere af de nævnte teoretikere kommer ind på disse problematikker, men ingen af dem nævner, hvordan selviscenesættelse og 'ansigts-arbejde' egentlig ser ud på de sociale medier, og hvordan det undersøges. Nærværende speciale har derfor to mål: For det første at få indblik i, hvordan politikeres selviscenesættelser ser ud på Facebook, og hertil hvordan de opretholder ansigt overfor en ubestemt mængde modtagere i denne virtuelle virkelighed. For det andet at udvikle en analyseramme, der kan analysere lignende tilfælde af selviscenesættelser på de sociale medier. Herved adskiller dette speciale sig fra øvrige undersøgelser, idet vi undersøger, hvordan man kan undersøge social samhandling på de sociale medier. Valget faldt naturligt på Facebook grundet at 95% af den danske befolkning, ifølge Danmarks Statistik, bruger netop Facebook, og vi sikrer os således at dække et bredt udsnit af befolkningen.

Da der på de sociale medier netop er en ubestemt mængde modtagere, som afsenderen ikke har kendskab til, kan afsenderen ikke vide, hvordan modtageren vil reagere på afsenderens kommunikation. Han vil således kunne få et helt andet svar end forventet. Dette giver os forudantagelsen, at det kan være svært at opretholde ansigt i balancegangen mellem privat/offentlig. Vi vil således undersøge denne gennem følgende problemstilling:

Hvordan kan politikere, gennem deres selviscenesættelser på Facebook, styre modtagernes indtryk i bestemte retninger, og kan der identificeres nogle særlige kendetegn vedrørende politikeres iscenesættelse på Facebook?

For at undersøge dette vil vi løbende besvare underspørgsmålene:

Hvordan kan modtagerne påvirke politikernes selviscenesættelser?

Hvordan kan politikerne benytte visuelle og symbolske cues til at fremstå på en bestemt vis?

Hvordan opretholder politikerne deres 'ansigter' i truende situationer?

KAPITEL 1

METODE



Metode

Som nævnt i problemfeltet ses der en snæver balancegang mellem privat og offentlig, hvor kravene til afsenders intimitet på de sociale medier er høje, idet modtagerne forventer, at afsenderen udleverer oplysninger fra sit personlige liv frem for sit 'professionelle' liv, og at afsenderen på denne måde er i øjenhøjde med modtagerne. På samme tid skal afsenderen forholde sig til den kritiske modtager, som henvender sig direkte til afsenderen i det offentlige rum, hvor han er til skue for både aktive og passive modtagere. Afsenderen kan således skrive en statusopdatering i god tro, men som modtages med 'det kritiske blik' fra modparten, hvilket hurtigt kan skade vedkommendes image. Dette kræver ligeledes, at afsenderen skal agere hurtigt i sit forsøg på at opretholde 'ansigt'. I takt med at Goffman, Thompson og Hjarvard undersøger interaktioner ansigt-til-ansigt og i massemedierne, finder vi det væsentligt også at undersøge, hvordan interaktion ser ud på de sociale medier, idet vi har forståelsen, at de sociale medier, ligesom massemedierne, har indflydelse på menneskenes sociale adfærd. Dette ses særligt i forhold til intimicering i offentligheden samt den virtuelle adskillelse af afsender og modtager, der gør, at modtager tør at ytre sig offentligt på de sociale medier, selvom de er klar over, at de i visse tilfælde kan skade afsenderens image og loyalitet.

Målet for dette speciale er derfor at få indblik i, hvordan politikeres iscenesættelse ser ud på Facebook, samt hvordan de styrer indtryk den brede mængde af modtagere. Vi vil hertil skabe en analyseramme, hvormed det er muligt at undersøge samspillet mellem afsender og modtager gennem interaktionen på de sociale medier. Idet interaktionen foregår på Facebook, er der opstillet en række tekniske krav, som vi må

tage højde for i undersøgelsen. Dette gør, at Goffman's dramaturgiske metafor samt Thompsons samfundsteori som udgangspunkt ikke vil kunne stå alene i analysen. Vi har brug for nogle teorier, hvormed vi kan undersøge den skriftsproglige forvaltning og symbolske cues. Vi ser her Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel, som et nyttigt redskab, da den tager fat om afsender/modtager-forhold, frembringelsen af budskab gennem produktet, kode, kontekst samt medie. Vi vil derudover benytte storytelling og Marlene Charlotte Larsens interaktionstyper. På denne måde udbygger vi forståelseshorisonten ved at studere samhandlingen på et socialt medie. Vi forsøger hertil at forstå, hvilken betydning Facebook har som socialt medie i forhold til denne interaktion, og hvordan man skabe en selvscenesættelse gennem sproglig fremstilling, symbolske cues, links og ikke mindst de mange interagerende modtagere, der bidrager til fortællingen.

På baggrund af denne sproglige forvaltning kan vi fortolke den sociale samhandling, der udspiller sig mellem afsender og modtager på Facebook. Undersøgelsen kan således anskues på to plan:

- 1) En undersøgelse af den sociale samhandling og indtryks-styring på Facebook.
- 2) Hvordan vi kan designe en analyseramme, der kan undersøge interaktionen mellem afsender og modtager på Facebook.

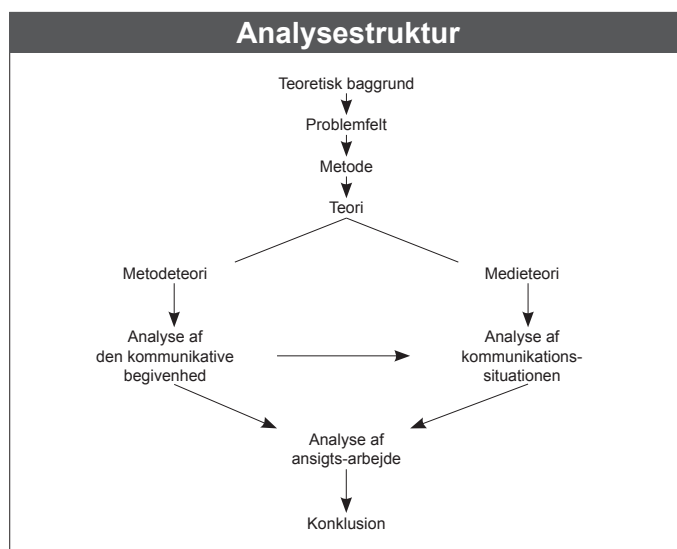
I undersøgelsens udformning skelner vi således mellem et metodeteoretisk plan, som vi i analysen betegner som den kommunikative begivenhed⁵, samt et medieteoritisk plan, som vi i analysen kalder for kommunikationssituationen.

Det metodeteoretiske plan er praksisorienteret, og udgør selve analyseformen. Teorierne på det metodeteoretiske plan omfatter Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel, storytelling og de tre appelformer, logos, etos og pathos. Fælles for

5 Begrebet 'Den kommunikative begivenhed' er hentet fra Norman Fairclough's kritiske diskursanalyse og betegner et tilfælde af sprogbrug i en specifik begivenhed. (kilde: Jørgensen & Phillips, 2010: 79)

teorierne på dette plan er, at de anvendes som værktøjer til at undersøge, hvordan den sproglige og symbolske forvaltning ser ud. Hvordan disse metodeteorier bliver sat i spil vil blive uddybet nærmere i afsnittet *teoretisk fundament*. Det metodeteoretiske plan danner således fundament for det, som vi i analysen betegner som kommunikationssituationen. Ligesom metodeteorien, vægtes der i den kommunikative begivenhed på specifikke tilfælde, idet vi griber de empiriske eksempler an i praksis gennem iagttagelse og analyser af politikeres brug af udtryksformer på Facebook.

Det medieteoretiske plan er koncentreret om en forståelse af samhandlingen på Facebook, og foretages på baggrund af analysen på det metodeteoretiske plan. Der tages her udgangspunkt i Goffman's dramaturgiske metafor og ansigts-arbejde, Thompson's interaktionsformer og Hjarvards syn på balancegangen mellem det private og offentlige rum, som alle danner grundlag for vores forståelse af selviscenesættelsen. Det medieteoretiske plan danner således også baggrund for analysens kommunikationssituation, der tager fat om forståelsen af samhandlingen på baggrund af analyserne af interaktionen i den kommunikative begivenhed.



Figur 1: Specialets analysestruktur

Den sociale samhandling og symbolsk interaktionisme

Menneskets sociale adfærd i hverdagen er i høj grad præget af regler og normer, som vi har forhandlet med omverdenen om gennem tiderne. Vi siger ”tak for mad”, når vi er færdige med at spise et måltid i selskab med andre mennesker, og vi siger ”undskyld”, hvis vi utilsigtet har stødt ind i en anden person. Hvis vi undlader at undskylde, kan der nemt opstå fornærmelser hos andre mennesker, idet vi handler imod de normer, der er gældende i det samfund, vi befinder os i. Det enkelte menneske kan således have et ønske om at fremstå på en bestemt måde overfor de omkringværende mennesker for at kunne skabe et positivt indtryk, men samtidig må mennesket også tilpasse sin sociale adfærd for at den kan stemme overens med de forventninger, andre mennesker har til personens identitet. Samme fænomen gør sig gældende på Facebook, hvor politikere har lagt en strategi for, hvordan de vil fremstå overfor deres modtagere, og samtidig kan modtagerne give respons, som politikerne må forholde sig til. Menneskets Selv bliver således konstant reproduceret i samspil og forhandlinger med andre mennesker i samfundet. Dette kaldes også for den sociale samhandling, og har rod i symbolsk interaktionisme og sociologisk fænomenologi (Sørensen, 1991: 47; Harste & Mortensen, 2007: 195).

Den symbolske interaktionisme har fokus på, hvordan menneskets selv reproduceres gennem de eksplicite og implicite love og normer, der findes i den sociale virkelighed. Menneskets Selv ses derfor ikke som en indre foranstaltning, men som noget ydre, der er påvirket af omverden. Særligt fremtrædende indenfor denne fagtradition var amerikanske filosof og socialpsykolog, George Herbert Mead (1863-1931), som senere blev inspirationskilde for Goffman. Grundlæggende for Mead's tanke var, at mennesket var bevidst om sit Selv, og at det var i stand til at regulere det efter de opfattelser og normer, der eksisterede i det samfund, vedkommende befandt sig i. Dette pointerede han yderligere ved at opdele Selvet i ”*Mig'et*” og ”*Jeg'et*”. ”*Jeg'et*” var den selvreflekterende del af Selvet, som iagttog ”*Mig'et*”, mens ”*Mig'et*” deri-

mod kunne betegnes som kroppens natur og instinktive handlinger (Sørensen, 1991: 50-51). Denne tanke blev senere videreudviklet af Erving Goffman (1922-1982), idet han udbyggede teorien om "Jeg'et" og "Mig'et" med at mennesket bevidst ville bestræbe sig på at fremstå på bestemt vis overfor andre mennesker for at kunne regulere andre menneskers indtryk af vedkommende (Sørensen, 1991: 52). Den symbolske interaktionisme ses yderligere hos Goffman i forhold til hans syn på opretholdelsen af Selvet gennem det sociale samspil med andre mennesker (Harste & Mortensen, 2007: 210).

Dette gør samtidig Goffman's teori om den sociale samhandling til omdrejningspunkt for dette speciale, idet vi undersøger, hvordan politikere iscenesætter sig og opretholder deres selv på Facebook. Samhandlingsteorien er således relevant i forhold til en undersøgelse af politikeres interaktioner med deres modtagere på Facebook, idet teorien, foruden blot at observere de sociale interaktioner, giver redskaber, der kan synliggøre og fortolke, hvad der sker 'mellem linjerne'. Vi vil således kunne få øje på nogle ting, som vi ellers ikke ville have set ved kun at observere de interagerende personer. Ligeledes kan der fremkomme dele ved politikernes sande fremstående, som de ikke selv er bevidste om, at de gør (Harste & Mortensen, 2007: 215).

Den symbolske interaktionisme mangler dog at kunne forklare, hvorfra disse virkelighedsopfattelser stammer. For at forstå dette må vi i stedet trække på Alfred Schütz's sociologiske fænomenologi, idet han inddrager erindringsbilleder til at forklare baggrunden for menneskenes virkelighedsopfattelser. Ifølge Schütz (1899-1959) er disse erindringsbilleder eller 'typer' bestående af eksempelvis fysiske genstande, følelsestilstande, handlinger eller sprogbrugen. Disse er på forhånd bestemte, og er noget menneskene tilegner sig. Typerne danner således grundlag for menneskenes virkelighedsforståelser, og er samtidig bestemmende for de forventninger, menneskene har til en given sag eller til en afsender af en kommunikation. Den symbolske interaktionisme er dog ikke enig i, at samme virkelighedsforståelse er gældende for alle, og søger en anden forklaring gennem, at alle mennesker for-

handler om en fælles virkelighedsforståelse på baggrund af deres individuelle forståelser (Sørensen, 1991: 53-60; Harste & Mortensen, 2007: 198). Dette forklarer, hvorfor modtagerne ikke altid er enige med afsenderen, og vi kan ud fra modtagerens respons se, hvilke virkelighedsforståelser, der er i spil.

Som nævnt indledningsvist i metoden, er det i nærværende speciale ikke tilstrækkeligt kun at undersøge den sociale samhandling som et objekt i sig selv, idet afsenderen benytter en række tekniske virkemidler til at levere sit kommunikative budskab og til at kunne sikre sig, at modtageren forstår kommunikationen. Analysen kan således anskues ud fra den kommunikative begivenhed, der er praktisk orienteret, og kommunikationssituationen, der forholder sig på et beskrivende og forstående plan. Ved at supplere den kommunikative begivenhed med kommunikationssituationen, får vi således et indblik i, hvordan politikere fremstår sprogligt på Facebook. Brugen af disse teorier vil vi begrunde nærmere i det følgende.

Teoretisk fundament

Goffman – det iscenesatte Selv

Goffman's studier er koncentreret omkring ansigt-til-ansigt interaktioner i den fysiske verden, og er derfor ikke oprindeligt beregnet til undersøgelse af medierede interaktioner. Vi vælger alligevel at gøre brug af Goffman's teori, idet afsender og modtager kan kommunikere begge veje på de sociale medier som Facebook, og vi må derfor gå ud fra, at selvom interaktionen foregår via medier, kan der stadig foregå en samhandling og en indtryks-styring mellem de interagerende personer. Interessant er, hvordan denne interaktion og samhandling kan ske på en virtuel platform, hvor de interagerende personer kan benytte auditive og visuelle virkemidler til at kunne iscenesætte sig selv overfor modparten.

Goffman skelner i sin teori mellem ”*front region*” og ”*back region*”, der betegner, hvilken adfærd vedkommende har i det offentlige rum, og hvordan vedkommende er i sine private omgivelser. Da vi undersøger politikernes selvscenesættelse på Facebook, må vi derfor afgrænse os til kun at undersøge, hvordan politikerne optræder i offentligheden, da problemfeltet ikke tillader adgang til politikernes private tanker. Vi anvender dog stadig begrebet om ’back region’, for at opnå en forståelse af forholdet mellem front region og back region, og fordi vi har en formodning om, at politikerne fortæller om hændelser fra deres privatliv, og dermed interagerer i denne position.

Vi har desuden valgt ikke at inddrage ’kommunikation uden for rollen’ som omfatter temaerne: *Behandling af de ikke tilstedeværende* (treatment of the absent), *diskussion af sceneindretning* (staging talk), *hemmelig forståelse* (team collision) og *forsøg på at korrigere* (realiging actions). Vores fravalg af disse temaer skyldes, at vi ikke har kendskab til, hvordan politikerne i vores empiriske eksempler taler internt om publikum, idet de empiriske eksempler tager udgangspunkt i politikeres Facebooksider. Vi har desuden ikke adgang til politikernes hemmelige forståelser, da vi ikke kan vide, hvad der ligger bag deres udtrykte ord, når vi observerer på Facebook. Hemmelig forståelse er foruden dette begrænset på Facebook i forhold til eventuelle nonverbale handlinger blandt holddeltagerne. Teamet *Forsøg på at korrigere*, handler om, at holddeltagerne åbent kan korrigere med hinanden, men hvor det ikke har betydning for publikums sociale distancering og integritet. Da vi ikke ser nogle tilfælde af dette i vores empiriske eksempler, har vi valgt også at udelukke dette tema.

Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel

I dette speciale bruges den visuelle kommunikationsmodel som værktøj til at danne ramme om selve den kommunikative begivenhed. Modellen hjælper os særligt til at undersøge, hvordan afsender og modtager interagerer med hinanden, og hvordan de inddrager skriftligt og symbolsk indhold til at kunne formidle deres budskaber. På baggrund af disse interaktioner kan vi se en konkret adfærd og en samhandling.

Dette kan vi eksempelvis se gennem en analysering af koden mellem afsender og modtager, da denne fortæller os, hvordan de to parter forstår hinanden. Her er brugen af intersemiotiske funktioner som humørikoner særlig vigtig, idet de hjælper afsender og modtager til at signalere følelsesmæssige tilstande. Desuden kan vi gennem mediets navigative funktion studere de interagerende personers brug af links samt deres mulighed for at knytte kommentarer, dele opslaget eller tilkendegive 'likes' til opslaget. Den navigative funktion har således også betydning for personernes digital storytelling.

Vi har valgt at foretage nogle fravalg i forhold til brugen af modellen. Dette gælder den fatiske modtagerfunktion, hvor Thorlacius knytter tre receptioner: *Den kognitive reception*, *den konative reception* og *den emotionelle reception*. Den konative reception omhandler, hvorledes modtageren er blevet påvirket til at handle (Thorlacius, 2002: 99). Den kognitive reception har fokus på, hvordan modtageren, på baggrund af sin eksisterende viden, forstår produktets visuelle udtryk (Thorlacius, 2002: 97), og den emotionelle reception dækker over de oplevelser og følelser, der vækkes hos modtagerne på baggrund af de emotive funktioner (Thorlacius, 2002: 100). De tre receptioner er derfor i høj grad koncentreret om modtagernes u-udtrykte tanker og holdninger. En undersøgelse heraf ville derfor kræve, at vi interviewede modtagerne om deres forståelser og motivation for handling, hvilket vi har fravalgt, da det er placeret uden for vores problemfelt.

Storytelling

Ligesom brugen af den visuelle kommunikationsmodel anvendes storytellingen også som en metodeteoretisk tilgang. Storytelling hjælper til at finde frem til, hvordan politikerne aktivt bruger historier til at positionere sig for at kunne styre modtagernes indtryk af sig, og dertil også, hvilke historier, afsenderen vælger at bringe frem i lyset. Vi har derfor ikke fokus på, hvordan historierne tager sig ud i forhold til den sandfærdige virkelighed, men i stedet hvordan afsenderen formidler sine historier, og hvordan modtagerne bliver medfortællere på historien. Samtidig har den computertekniske udvikling medført, at modtagerne har mulighed for at linke op til andre sider samt give respons via 'kommentarfunktion' eller 'like' på afsenderens statusopdateringer. Afsenderen har således ikke længere monopol på at være eneforfatter på sine fortællinger, og afsender og modtager må nu samarbejde om at fortælle historierne på Facebook. Vi finder det derfor relevant at undersøge, hvordan afsenderne og modtagerne gennem digital storytelling kan påvirke hinandens fortællinger. Modtagernes mulighed for medfortællere på historien gennem digital storytelling har således også betydning for forholdet mellem afsender og modtager, som ses gennem den semiotiske tegnrelation.

Her er den semiotiske tegnrelation særlig anvendelig, da den både har fokus på afsenderens egen virkelighedsforståelse og selvsyn, som skabes i back region, hvordan afsenderen narrativt formidler sit selv billede udadtil i front region, og hvordan modtagernes respons kan føre til eventuelle rekonstruktioner af afsenderens selv billede. Modellen er således en fusion af Goffman's begreber og den narrative forståelse, men er også et supplement til den visuelle kommunikationsmodels forståelse af afsender, modtager, kontekst og kode, da disse spiller ind i forståelsen af afsender og modtagers relationer og forståelse af hinanden. Den semiotiske tegnrelation hjælper således til at iagttage, hvordan den sociale samhandling mellem afsender og modtager spiller sig ud.

Appelformerne

Appelformerne logos, etos og pathos er koncentreret om, hvordan afsenderen leverer sit budskab til modtagerne, og er samtidig knyttet til afsenderens formidling. Vi kan på baggrund af appelformerne se, hvordan afsenderen forvalter sin kommunikation, hvilket samtidig danner grundlag for, hvordan denne iscenesætter sig selv overfor sine modtagere. Der er eksempelvis forskel på, om afsenderen forholder sig objektivt til en sag ved kun at lægge vægt på statistisk materiale, eller om afsenderen vælger at benytte sig af følelser og holdninger for at kunne 'vinde' modtagernes tilslutning, og dermed til at kunne kontrollere deres indtryk af afsenderen. Denne indtryks-styring afhænger samtidig af, afsenderens etos, da troværdighed er en dyd for også at skabe et godt indtryk hos modtagerne.

Typer af handlingsmuligheder på sociale medier

Malene Charlotte Larsens ph.d.-afhandling handler om unges brug af sociale medier i form af online netværk. Hun forsker i måden, hvorpå unge personaliserer sine profiler på online mødesteder, og hvordan de kommunikerer på kryds og tværs af tid og rum. Larsen bruger handlingsmulighederne til at undersøge de unges brugsmønstre. Hun påpeger yderligere, at definitionen på de sociale netværkssidens handlingsmuligheder: *"(...) hænger sammen med, at de teknologiske muligheder og deres anvendelse ofte ændrer sig over tid. De opfylder ganske enkelt ikke nødvendigvis de funktioner hos brugerne, som de var tiltænkt fra udviklerens side"* (Larsen, 2010: 12).

Typerne beskriver hvilke handlinger brugere på sociale medier benytter sig af, når de interagerer indbyrdes på sociale netværkssider. Typerne fortæller om de aktiviteter de unge mennesker foretager sig på sociale netværkssider i interaktionen indbyrdes med andre brugere. Vi bruger handlingsmulighederne til at understøtte politikernes handlinger på Face-

book. De fire typer skal kategorisere politikernes statusopdateringer, afhængigt af om de er *sociale og kontaktskabende*, *personlige og profilerende*, *underholdende og interaktive* eller *støttende og praktiske*.

John B. Thompson

Det er vigtigt at kunne forstå og definere de handlinger som mennesker indbyrdes har med hinanden, da disse relationer er af afgørende betydning i en kommunikationssituation.

Vi finder det vigtigt at nævne og redegøre for Thompsons magtformer, da de har en betydning for den sociale interaktion som mennesket befinder sig i, i en kommunikationssituation og dermed også i sociale kontekster.

Moderniteten i vores samfund har medført en udvikling af nye interaktionsformer, hvor vi har mulighed for at kommunikere med alle mennesker på tværs af rum og tid. Men ikke blot er der opstået en mulighed for at kunne synliggøre sig – der er samtidig også opstået et krav herom. Denne nye synlighed er blevet uafhængig af fysisk tilstedeværelse, hvilket medfører en ny offentlighed præget af medierne. Den nye medierede offentlighed er hævet over tid og sted og ganske uforudsigelig. Ifølge Thompson er:

”Politiske ledere er i dag, hvad enten de vil det eller ej, nødt til at tilpasse deres aktiviteter en ny form for synlighed der fungerer på nye måder og i et helt andet omfang. Hvis de ignorerer denne synlighed sker det på eget ansvar”

(Thompson, 2001: 134)

Den grænse der oprindeligt var mellem at være privat og offentlig er udvisket. Dette medfører at selvom du befinder dig privat kan du sagtens være ”på”. Dette ses også ved Joshua Meyrowitz’ begreber om Middle Region. Dette betyder, at mennesket tilpasser sin private intimitet, så den passer til offentlig skue – publikum har med andre ord mulighed for at kigge med i kulissen. Thompson tilføjer at:

”Som det er tilfældet for alle symbolske former, er ”betydningen” af en meddelelse formidlet af medierne ikke et statisk fænomen, fastlat en gang for alle og indlysende for enhver. En meddelelses mening eller betydning bærer snarere anskues som et komplekst, varierende fænomen som hele tiden bliver fornyet, og i en vis grad forandret af selve modtagelses-, fortolknings- og omfortolkningsprocessen”

(Thompson, 2001: 52)

Modtagelsen af meddelelsen er altså en hermeneutisk proces, hvor hvert modtagende individ skaber sin egen betydning af teksten, uanset om afsenderen ses som den specifikke kilde eller om der er tale om medierne.

Thompson fokuserer på betydningen af mediets form, indhold og på den interaktion der foregår mellem de kommunikerende. Han bevæger sig inden for det medieteoritiske, og har i den forbindelse fokus på tre interaktionstyper; ansigt-til-ansigt-interaktion, medieret interaktion og medieret kvasi-interaktion. Vi vil derfor se på Thompsons teorier om interaktionsformer fra bogen ”Medierne og Moderniteten” fra 2001.

Thompson mener, at skandaler altid har eksisteret, men at det moderne samfund har påvirket skandalernes omfang og konsekvenser.

Goffman taler om begrebet *forestillingssammenbrud*, som ifølge Thompson dækker over begrebet *lækage*. Begreberne definerer den situation der sker når en aktørs private adfærd bliver gjort synlige for publikum. Aktøren må her kontrollere sin

adfærd, for at leve op til sit publikums forventninger. Skulle skandalen alligevel opstå, må aktøren, ifølge Goffman og Thompson, forsøge at genoprette publikums positive indtryk.

Politiske skandale

Forskningsmæssigt har kun få studier undersøgt politiske skandaler, deres fremkomst og udvikling, og ikke mindst deres konsekvenser. Vores syn på årsagen hertil er blandt andet at det er et ømtåleligt emne. Ifølge Thompson er: *"En skandales udgangspunkt (...) en handling eller begivenhed, der overtræder normer eller love"* (Thompson, 2002: 26-27). Dermed kan en anden grund til den manglende forskning i emnet være at fundamentet for en politisk skandale er uforudsigeligheden (Thompson, 2002: 83). Derfor vil det betyde, at uanset hvilke kommunikationsmidler og –redskaber en politiker benytter sig af, er politiske skandaler i særdeleshed ude af stand til at kontrollere, fordi de på et øjeblik kan tage en uventet drejning.

Grundet den manglende forskning i emnet om politiske skandalers fremkomst og konsekvenser, kender vi ikke til skandalernes karakter og deres betydning fyldestgørende nok. Dette ønsker vi at ændre på i specialet, ved at se på politikernes håndtering af kommentarer på Facebook. Grunden til at vores undersøgelsesfelt er Facebook er blandt andet at politiske skandaler udspringer sig af en offentliggørelse i medierne, og først udvikler sig til fundamentale skandaler i det øjeblik, de bliver medierede (Thompson, 2002: 43). Dette er en af grundene til at vores primære undersøgelseskilde er den sociale medieside Facebook.

Stig Hjarvard

Stig Hjarvard⁶, professor i Medier, Erkendelse og Formidling, forsker i forholdet mellem den politiske institution og medierne. Han påpeger at forholdet har gennemgået en stor forandring rent historisk, og at disse forandringer giver anledning til nye vilkår i den politiske kommunikation, samt forholdet mellem medierne og

6 Stig Hjarvard er professor ved Københavns Universitet

samfundet. Hjarvard anvender betegnelsen *medialisering* til at beskrive den: "(...) *proces, hvor samfundet i stigende grad underlægges eller bliver afhængigt af medierne og deres logik*" (Hjarvard, 2008: 28). Medialisering dækker over mediernes nye teknologiske og institutionelle virkemidler. Den skal ses som et forløb i konstant udvikling, hvilket sker på baggrund af teknologiens innovation og nydannelse. Den indbefatter mange forskellige institutioner, her iblandt politik (Hjarvard, 2008: 16). Grundet denne udvikling i teknologien er de politiske institutioner blevet afhængige af medierne. Medierne bliver gjort til en selvstændig institution, der selv er med til at præge den politiske dagsorden, men samtidig er politikerne afhængige af medierne og indordner sig, hvilket påvirker den politiske dagsorden (Hjarvard, 2008: 65). Ifølge Hjarvard påvirkes den politiske institution af fremkomsten af flere udbydere i medierne, der ikke tager højde for offentlighedens interesser. Den politiske institution bliver derfor afhængige af medierne og kommunikationen i medierne bliver en afgørende og strategisk faktor for partierne og politikerne.

Hjarvard siger, at medialiseringen er en proces, hvori samfundet underlægger sig eller afhængiggør sig af medierne. Konsekvenserne heraf indebærer her, at al social interaktion både mellem institutioner og samfundet må formidles gennem medierne (Hjarvard, 2008: 28).

Inddragelsen af Hjarvards teori skal give en forståelse af mediernes fremkomst og påvirkning, samt hvordan mediernes fremtræden påvirker kommunikationen i samfundets institutioner gennem offentlig debat. Teorien anvendes både i den medialiserede og den politiske kontekst. Konteksterne fokuserer på, hvilke betydninger den ændrede medialisering har for samfundet og den politiske institution.

Vi vælger at inddrage Hjarvard og Thompson som fundament for specialets medieteor, idet begge teoretikere taler om den politiske medialisering. Dette gør sig gældende i specialet i forbindelse med politikeres iscenesættelse på Facebook. Begge taler om medialiseringens fremkomst, og hvordan denne har påvirket samfundet. Især mediernes udvikling, der startede med ansigt-til-ansigt kommunikation

og senere udviklede sig til medieret interaktion i medierne. Hjarvard taler om det moderne samfund som skal opfattes værende en del af kulturen og samfundet (Hjarvard, 2008: 13). Ydermere taler han om modtagernes troværdighed til medierne, og påpeger at efter teknologiernes ændringer i det moderne samfund, kommunikerer mennesker nu *med* medierne og ikke ved hjælp *af* (Hjarvard, 2008: 15).

Observation på Facebook

Observationen af vores udvalgte eksempler er foretaget uden direkte deltagelse i interaktionen. Med dette menes der, at vi observerer kommunikation på Facebook mellem interagerende kommunikerende, hvilket vi ikke selv er en del af. Denne observationstype gør, at de interagerende parter opfattes som objekter, der udforskes uden indblanding, hvilket vil sige, at: *"(...) forskeren ikke direkte er personligt involveret i de hændelser, han eller hun observerer og ikke foregiver at være medlem af den kontekst, der observeres"* (Kristiansen & Krogstrup, 1999: 54). Derved optræder de forskende som værende publikum, og de interagerende bliver opfattet som værende subjekter for publikum. Kristiansen & Krogstrup taler om to definitioner af observation uden deltagelse; den *totale deltagelse* og den *partielle deltagelse* (Kristiansen & Krogstrup, 1999: 54). Under den totale deltagelse observerer forskeren interaktionen i en længere og uafbrudt periode. Under den partielle deltagelse observerer forskeren kun flygtigt i den sociale interaktion, og forskeren kan her vælge, at: *"(...) give sig til kende over for de mennesker, der observeres, eller han kan have undladt at røbe sin identitet"* (Kristiansen & Krogstrup, 1999: 54). Vores empiri er baseret på den partielle deltagelse, idet vi som forskere udelukkende har observeret politikerne på Facebook, og kun enkelte dele af interaktionen. Vi har taget udgangspunkt i enkelte dele af deres statusopdateringer, hvilket udelukker den totale deltagelse, idet vi ikke har overværet politikernes interaktion i en længere periode, men har indsamlet empirien flygtigt. Ydermere har vi valgt at undlade at røbe vores identitet overfor de observe-

rede, hvilket gør sig gældende for den partielle deltagelse. Vores speciale er derfor udelukkende baseret på observation i form af den partielle deltagelse, hvilket udgør specialets primære metode til indsamling af vores empiri.

Observationen kan blandt andet anvendes til at observere og betragte politikeres brug af Facebook, og undersøge hvordan de iscenesætter sig selv overfor deres modtagere. Kristiansen & Krogstrup siger hertil:

"Observation i naturlige omgivelser indebærer i modsætning til en kunstigt skabt kontekst, at der er tale om en kontekst, som eksisterede inden observatøren "trådte ind" i den, at forskeren befinder sig i feltet på feltets præmisser og er indstillet på uforudsete og ikke kontrollable hændelser"

(Kristiansen & Krogstrup, 1999: 47).

Dog skal læseren gøres opmærksom på, at politikerne ikke er klar over, at de er blevet observeret, og derfor har de naturlige omgivelser ikke haft en påvirkning på om der skulle opstå kunstige og unaturlige kontekster.

Netnografi

Netnografi anvendes i forbindelse med forskning af brugeres adfærd på de sociale medier, og er en tilgang til at undersøge den indsamlede empiri.

Metoden indsamler data gennem observationer der foregår på sociale medieplatforme, hvor flere brugere har mulighed for at interagere med hinanden samtidig.⁷ Det te kunne eksempelvis være i online computerspil, diskussionsfora, email-korrespondancer eller onlinechat på Facebook. Ved netnografi holder de online brugere sig skjult bag en skærm og undgår dermed ansigt-til-ansigt kommunikation, hvilket

⁷ <http://frontpage.cbs.dk/insights/670005.shtml>

også gør sig gældende i forhold til vores empiriske eksempler der alle belyser medieret kommunikation på Facebook, og dermed den interaktion der foregår mellem politikere og deres følgere. Det er vigtigt, at forskeren forholder sig usynlig, så forskningen ikke bliver påvirket af observatøren.

For at forstå begrebet netnografi er det vigtigt at definere etnografien først. Etnografien undersøger kulturer gennem deltagerobservation og observationsteknikker.⁸ Målet med denne metode er at forstå fænomenet kultur og på baggrund heraf skabe en betydningsdannelse heraf. Denne betydningsdannelse skal skabe en repræsentation af de observationer forskeren har opnået.⁹ Tidligere var observation på internettet udelukkende brugt til feltarbejde, og 'forskerne stillede skarpt på adskillelsen' mellem den virtuelle verden og den virkelige verden. Den etnografiske metode er derfor udelukkende baseret på direkte observationer i ansigt-til-ansigt kommunikation og fysisk tilstedeværelse, hvilket ikke er en mulighed inden for netnografien, der udelukkende fokuserer på forskerens usynlighed på sociale medieplatforme.

Ved at anvende netnografi opnås en mere dybdegående tilgang til at analysere kulturer, idet disse bliver sammenlignet med flere forskellige fænomener. Ydermere bliver observationerne mere neutraliseret, idet der ikke er forstyrrelser fra fysisk tilstedeværelse under observationerne. Undersøgeren har desuden nemmere ved at indsamle empiri på online fællesskaber, idet han har mulighed for at være anonym. Gennem dette speciales indsamling af empiri, har vi som undersøgere forholdt os helt anonymt, idet vi er observatører uden at være en del af det undersøgte. Dette øger validiteten i empirien og er blandt andet med til at sikre en høj generaliserbarhed.

8 <http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>

9 <http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>

Begrundelse for valg af empiriske eksempler

Følgende vil vi begrunde vores valg af empiriske eksempler, som er genstand for vores undersøgelse. Vi har valgt fem eksempler, som vi analyserer dybdegående. Vi har ved indsamling af vores empiriske eksempler valgt at opstille en række kriterier. Med disse kriterier kan vi sikre os at eksemplerne er repræsentative i forhold til vores problemstilling, og at vi herved opnår en højere validitet. Første kriterie er, at der skal være en interaktion mellem politikerne og deres modtagere, men hvor politikerens 'ansigter' er truede som følge af modtagernes indflydelse på fortællingen. Andet kriterie er, at politikerne skal give deres modtagere en respons i kommentar-feltet på deres Facebook-side. Dette skal give os et indblik i, om politikerne korrigerer deres adfærd undervejs i kommunikationen.

Da vores undersøgelse omhandler politisk selvscenesættelse på Facebook, omfatter dataene udelukkende eksempler på politikeres Facebook-sider eller fra 'åbne' Facebookprofiler, hvor alle kan se indholdet. Vi må derfor gå ud fra, at Facebooksiderne har relation til personernes 'professionelle' identitet, idet politikerne ikke skal godkende, hvem der kan se siden, på samme måde som de skal ved deres Facebookprofiler. I visse tilfælde kan modtagerne dog se indholdet på Facebook-profilerne, selvom de ikke er på afsenderens venneliste. Dette gør derfor siderne tilgængelige for alle, der ønsker at følge politikerne. Vi inddrager kun Facebook og ikke andre typer af sociale medier.

Vi har i dataindsamlingen ikke taget højde for politikernes køn, alder, om de figurerer på lokal eller landsplan, og ej heller hvilket parti de er medlem af. Dette har vi fravalgt da specialets kerne tager udgangspunkt i, hvordan politikernes selvscenesættelser og indtryks-styring ser ud på Facebook, samt hvordan de opretholder ansigter overfor en ubestemt mængde modtagere.

Reabilitet og validitet

Ifølge Kvale & Brinkmann opnår forskeren validitet og reliabilitet ved at kunne fortolke resultater i sin forskning (Kvale & Brinkmann, 2009: 268). Validitet handler om gyldighed og sandhed og *reliabilitet* handler om troværdighed. Derfor er reliabiliteten en forudsætning for en undersøgelses validitet, idet en undersøgelse både skal være gyldig og sandfærdig for at kunne tilskrives en høj troværdighed.

Validitet i specialet

Validitet skal undersøge, hvorvidt forskeren er i stand til at besvare specialets problemstilling ud fra det indsamlede empiri, og om undersøgelsen er sammenhængende. Validiteten i vores speciale kan blandt andet vurderes ud fra de teoretiske begreber, vi benytter til at undersøge og analysere os frem til en besvarelse af vores problemformulering.

Gennem specialet har vi sikret os en høj validitet, da vi har valgt at undersøge politikere og ikke partier i vores analyse. Vi fokuserer følgelig på de enkelte personer, frem for partier der indeholder flere personer med flere meninger og holdninger. Vi kunne have styrket validiteten i projektet yderligere ved at have lavet kvalitative interviews med de implicerede politikere, og dermed have opnået en dybere indsigt i deres holdninger og muligvis en forklaring på, hvorfor de har skrevet som de har på Facebook.

Vi undersøger validiteten i vores speciale ved at drage konklusioner ud fra vores analyser. Validiteten kan blandt andet undersøges ved at af- eller bekræfte forud-antagelser, samt ved at undersøge om de indsamlede empiriske eksempler kan bruges til at besvare specialets underspørgsmål. Yderligere kan validiteten afprøves ved at sætte de udvalgte teorier i forhold til den indsamlede empiri.

Vores speciale bidrager med en forståelse af politikeres kommunikation på Facebook. Det giver en praktisk tilgang til politikeres iscenesættelse på Facebook, samtidig med at det bringer et nyt perspektiv på iscenesættelsen og opretholdelsen af politikeres image. De sociale medier kommer mere og mere i fokus i den politiske kommunikation, og Facebook er især et vellidt medie i denne sammenhæng. Derfor ser vi et behov for at undersøge og bidrage med ny viden til feltet. Ydermere vurderer vi, at vi har brugt den korrekte dataindsamlingsmetode, idet vores udvalgte empiriske eksempler ikke er falske profiler. Vi finder derfor vores undersøgelse valid, da den kan bidrage med viden til feltet politisk kommunikation.

Vores inddragede empiriske eksempler bidrager blandt andet til en øget validitet, da det giver en vis generaliserbarhed. Denne øget validitet giver os et bedre og mere konkret svar af vores problemstilling, hvilket er formålet med at inddrage empiriske eksempler på politikeres iscenesættelse på Facebook. Vi finder derfor vores undersøgelse valid, da den kan bidrage med viden til feltet politisk kommunikation.

Reliabilitet i specialet

Reliabilitet betegner den troværdighed forskeren opnår gennem et forskningsresultat. Den kan bruges til at undersøge, hvorvidt resultatet af forskningen er troværdig nok til at bygge videre på og/eller reproducere ny viden (Kvale & Brinkmann, 2009: 271). Den undersøger desuden om andre forskere inden for samme felt, vil kunne opnå samme slutresultater, hvis samme metoder bliver anvendt.

Vi vurderer at reliabiliteten i vores indsamlede empiriske eksempler er høj, da vi har undersøgt vidt og fundet vores eksempler værende bedst til at opnå den mest gennemarbejdede analyse. Vores eksempler bærer alle præg af en eller flere modtagere der truer en politikers 'ansigt', hvilket gør vores eksempler karaktermæssigt ens.

Indsamlingen af de empiriske eksempler er sket løbende gennem hele specialeprocessen, hvilket gør at enkelte af politikernes statusopdateringer har fået flere kommentarer end de andre. Dog tager vi ikke højde for dette i selve analysen, da alle empiriske eksempler er inddraget efter et par dages varighed, men vi har det dog in

mente. Yderligere er vi klar over, at der er stor forskel på det antal 'likes' som de forskellige politikere har opnået på deres profil, og derfor vurderer vi, at der er forskel på statusopdateringernes popularitet afhængigt af politikernes personlige 'likes'.

Da politikerne ikke er klar over, at deres statusopdateringer bliver anvendt i specialet, vurderer vi, at de empiriske eksempler er sandfærdige. Dette vurderer vi, da politikernes skrevne ord stemmer overens med deres holdninger, hvilket derfor må siges at være reliabiliserbart.

Generaliserbarhed i specialet

Generaliserbarhed udspringer af validitet, idet validiteten afgør, hvorvidt det er muligt at undersøge generaliserbarheden i en undersøgelse. Brinkmann & Kvale påpeger, at ved kvalitative undersøgelser skal forskeren generalisere analytisk. Dette betyder, at undersøgelsens resultater kan være vejledende for andre situationer. Den oprindelige undersøgelse skal vejlede og bruges til sammenligninger, og den analytiske generalisering baserer sig derfor på ligheder og forskelle mellem undersøgelserne.

Vi har i specialet udvalgt fem statusopdateringer. Disse data udgør en analytisk generalisering, idet specialets empiriske eksempler er nøje udvalgt, og dermed ikke blot er tilfældige resultater af en stikprøve. Derudover anvender vi specialets udvalgte teorier til at bedømme analysens resultater, i forhold til læserens mulighed for at vurdere specialets analyse ud fra en generaliserbar bæredygtighed.

KAPITEL 2

THEORI

Metodeteori

Følgende kapitel er teoretisk funderet, og omhandler de teorier, vi anvender i praksis til at analysere den kommunikative begivenhed, og dermed de specifikke tilfælde af sprogbrug. Metodeteorien er således vores 'værktøjskasse', i hvilken der findes teoretiske redskaber som Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel, storytelling og de tre appelformer; logos, etos og patos.

Når storytelling bliver til personlig branding

Mennesket fortæller hver dag historier om sig selv, sine oplevelser eller erfaringer. Disse historier hjælper samtidig personen til at iscenesætte og positionere sin identitet overfor andre mennesker. Dette sker ikke kun ansigt-til-ansigt, men også i det virtuelle univers, hvor statusopdateringer på de sociale medier giver mulighed for disse personlige selvfortællinger. Dette betyder samtidig, at den fortællende person oftest må forholde sig til flere personer, end hvis interaktionen havde foregået ansigt-til-ansigt (Page, 2013: 90-91). Dette afsnit omhandler, hvordan storytelling kan bruges som værktøj til selviscenesættelse i en personlig branding relation.

Ifølge Heidi Hansen er narratologien en vigtig bestanddel af storytellingen, idet historiefortællingen hjælper til at: *"(...) sætte enkeltstående begivenheder ind i en meningsfuld helhed, og på den måde hjælper historier os med at organisere vores erfaringer og skabe sammenhæng mellem de oplevelser, vi kommer ud for"* (Hansen, 2012: 111).

Historierne hjælper således den enkelte person til at forstå virkeligheden på baggrund af vedkommendes egen forståelse, oplevelser og erfaringer, og dermed også til hvordan mennesket skal forstå andre mennesker på baggrund af deres historier. Hansen henviser her til Kenneth og Mary Gergen, der hævder, at mennesket forstår livet som en historiefortælling (Hansen, 2012: 111). Her skelnes særligt mellem to dimensioner af historiefortællingen; der findes de 'faste' punkter, som eksempelvis fødselsdato, familieforhold, fritidsinteresser, uddannelse og jobs, samt en række mindre fortællinger, som er baseret på enkeltstående livssituationer, og som personen selv fremhæver, mens der lægges skjul på andre. Samtidig vælger vedkommende selv, hvordan disse historier skal formidles. Gennem denne udvælgelse og formidling af historier kan personen således bruge historiefortællingen aktivt i forhold til at positionere sig overfor andre mennesker og til at påvirke andre menneskers forståelser. Den personlige selvscenesættelse gennem storytellingen er dog ikke begrænset til verbale udtryk, men forekommer også gennem nonverbale, visuelle midler. Dette belyser Fog, Budtz, Munch og Blanchette i følgende citat: *"We navigate our world using symbols and visual expressions that our signal our personality and our values"* (Fog, Budtz, Munch & Blanchette, 2010: 20). Symboler og visuelle udtryk hjælper således til at skabe forståelse for andre menneskers personlige fremtræden.

Som supplement til de verbale udtryksformer, benytter mennesket symbolske og visuelle cues til at fortælle historier om, hvem vedkommende er som person, hvilket giver personen en unik mulighed for at kunne iscenesætte sig selv på en bestemt

måde overfor andre mennesker, og derved til at kunne kontrollere andre menneskers indtryk af sig (Hansen, 2012: 111-112). Således kan afsenderen i høj grad påvirke sine modtageres opfattelse af virkeligheden (Hansen, 2012: 112).

Hvordan den interagerende person kan påvirke sine modtageres opfattelse, belyser Hansen i følgende figur, hvor hun særligt har fokus på tre aspekter; *den rene fortælling*, *fortællingen som den formidles* og *modtagerens opfattelse*. Aspekterne repræsenterer historiens indhold, måden hvorpå afsenderen formidler historien og modtagernes afkodninger af historien. Disse er skitseret i følgende figur:

Den rene fortælling	Fortællingen som den formidles	Modtagerens opfattelse
Fabula Historiens grundstof Råmateriale	Sjuzet Historien som den faktisk bliver fortalt Fortalt rækkefølge, organisering af begivenheder	
Story – forestilling De handlinger og begivenheder, der fortælles om	Discourse – fremstilling Måden, hvorpå personer og hændelser fremstilles for modtageren	Story – opfattelse Den forestilling, der skabes i hovedet på modtageren på baggrund af fremstillingen
Krønike Opremsning af begivenheder	Fortælling Begivenhederne forklaret og sat i relation til hinanden	

Historik Det, der fandt sted	Historie Fremstillingen af fakta, betydningstilskrivelse	
--	---	--

Figur 6: tre aspekter i storytelling¹⁰

Den rene fortælling er historien, som den er i sin kronologiske rækkefølge, og hvor alle detaljer minutøst indgår. Formen har derfor altid en objektiv synsvinkel. Idet historien altid formidles af andre personer, og ud fra deres opfattelser, vil den rene fortælling aldrig komme til syne. Det tætteste, man vil kunne komme på den rene fortælling, vil være en præcis og udførlig transskribering af noget, der er blevet sagt (Hansen, 2012: 113).

Fortællingen som den formidles er måden, hvorpå historien vinkles og fremstilles. Afsenderen fortæller her ud fra sin egen opfattelse. Samtidig vælger denne, hvad modtageren skal vide og ikke skal vide, og hvilken rækkefølge historien skal fortælles i. Gennem sin formidling af historien kan afsenderen dermed påvirke modtagerens forståelse i bestemte retninger, hvilket fører os videre til figurens tredje og sidste kolonne (Hansen, 2012: 114).

Modtagerens opfattelse omhandler, hvordan modtageren forstår historien ud fra den måde, hvorpå historien bliver fortalt. Ved at påvirke modtagernes opfattelse og indtryk har afsenderen dermed en unik mulighed for at få højnet sit etos hos modtagerne (Hansen, 2012: 114).

Der er således stor sammenhæng mellem, hvordan den talende person vælger at formidle sin historie og påvirkning af modtagerens indtryk af vedkommende. Denne tanke bygger Ph.d. ved University of Leicester, Ruth E. Page, videre på gennem sit studie, hvor hun har fokus på skabelse og opretholdelse af identitet gennem narrative strukturer i statusopdateringer på Facebook. I modsætning til den ikke-medie-

¹⁰ Hansen, 2012: 113

rede interaktion indbefatter denne medierede interaktion elementer som tekst, billeder, video, lyd og humørikoner, som samtidig kan påvirke modtagerens opfattelse (Page, 2013: 2). Ifølge Page består statusopdateringerne typisk af små historier fra hverdagslivet. Her skelnes mellem subgenrerne; *Breaking News Stories*, der bliver fortalt mens de sker, *Projections*, der har fokus på fremadrettede begivenheder og *Shared Stories*, hvor personlige oplevelser genfortælles til Facebook-venner (Page, 2013: 70-72). Historierne bliver særligt målt på den interagerende persons fortælleevne. Historier med høj fortælleevne har typisk et finpudset ordvalg, er retorisk opbygget og er omhandlende situationer, der er ”ud over det sædvanlige”, mens historier med lav fortælleevne har en uklar pointe, og som ikke understreger statusopdateringens relevans. Der er dog stadig forskel på, hvilke informationer fra privatlivet, den interagerende person vælger at gøre tilgængelige for sine Facebook-venner frem for, hvis interaktionen havde foregået i en ansigt-til-ansigt relation med omgangskredsen. Dette belyser Page således:

”While intimate disclosure might be appropriate for face-to-face conversation between close friends, this is not a usual practice in the datasets from this study. In order to avoid levels of self-disclosure that might provoke social awkwardness or unwanted reactions, writers seem to elect relatively inoffensive storytoppics about daily events that carry less potential threat of misappropriation”

(Page, 2013: 72)

Page nævner således, at personer på Facebook, må vælge sine historier for at undgå risikoen for ansigtstab. Det handler dermed om at finde en balancegang, hvor der fortælles spændende historier uden at være i risiko for ansigtstab.

Digital storytelling

Som nævnt formidler mennesket konstant historier om sig selv – både gennem tekst og billeder, og vi bruger dem gerne til at positionere os som unikke personer. Men ifølge Hansen har Internettets udvikling, og dermed mulighed for hypertext og in-

teraktivitet, sat nye vilkår for storytellingen, og en ny disciplin indenfor storytelling, kaldet *digital storytelling*, er opstået (Hansen, 2012: 322-323). I modsætning til den traditionelle storytelling, som kendes fra broadcast medier, hvor afsenderen har monopol på at formidle budskaber og styre forløbet i sine historier, har modtagerne, med digital storytelling, fået større indflydelse på historiefortællingen. Dette skyldes særligt, at der på internettet er stillet informationer til rådighed, som modtagerne selv kan opsøge og udforske. Modtageren kan således vælge at linke op til sider på nettet, og derved benytte dem i andre fortællinger. Samtidig kan modtagerne selv vælge, hvilke historier de ønsker at fremhæve for andre ved brug af ”dele-funktion”, ”likes” eller ved aktivt at gå i dialog med afsender via en ”kommentar-funktion”. Denne strategi kaldes også for *pull*. Den adskiller sig herved fra den traditionelle storytelling, hvor afsenderne har kontrol over historiens eksponering ved selv at skubbe historierne ud til modtagerne gennem ensrettede medier som bøger, TV og radio, hvilket kaldes for *push* (Hansen, 2012: 323; Jensen, 2002: 59). Modtagerne får derved en særlig indflydelse på historiens opbygning, og afsenderen må derfor prioritere, hvilke oplysninger, denne vil ligge ud til sine modtagere (Hansen, 2012: 325).

Push spiller dog stadig en aktiv rolle i forbindelse med digital storytelling, idet afsenderne indsamler oplysninger om modtagernes interesser og præferencer, og på baggrund heraf kan de ’pushe’ informationer, der er rettet mod deres behov. Modtagerne får her mulighed for selv at vælge, om de vil klikke på linket, og derved acceptere, at afsenderen kan pushe flere informationer ud til dem. Samtidig kan afsenderne tidsplanlægge informationen, så den når ud til modtagerne på relevante tidspunkter (Jensen, 2002: 59). Et eksempel herpå er, når afsendere, gennem Facebook, foreslår brugerne at følge forskellige politikere. Her kan modtageren aktivt ”like” politikeren, og derved komme til at følge denne. Således sikrer afsenderen sig, at primære modtagere, der er politiske interesserede, bliver tilbudt at følge politikere på Facebook, men også af sekundære modtagere, som måske ikke selv ville have opsøgt politikerens Facebook-side. Der skabes herved virtual communities, hvor brugerne deler samme interesser, men også hvor modtagerne kan supplere med

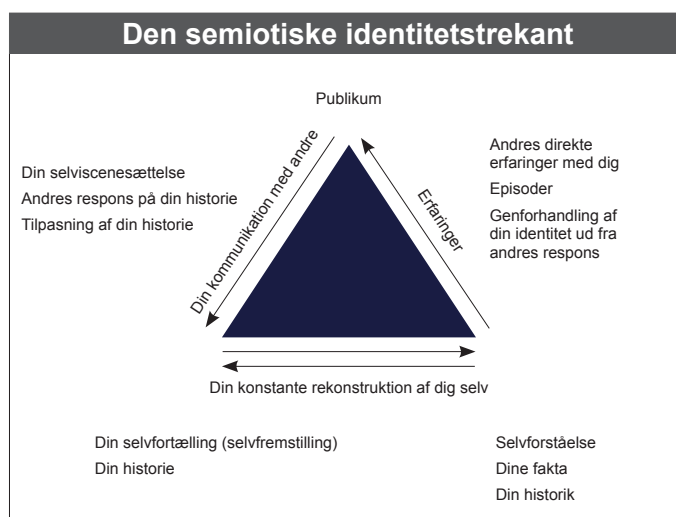
fortællinger, der ikke ville have nået ud i offentligt forum, hvis de blev skubbet ud af afsenderne. Push og pull kommer således til at indgå i et samspil med hinanden, hvor afsenderne skubber relevante informationer ud til modtagerne, som disse kan vælge om de vil tage imod. Samtidig kan modtagerne konstant bidrage med nyt indhold, som politikerne selv skal forholde sig til, da de på forhånd ikke kan vide, om det er noget, som vil have en positiv eller negativ virkning på deres image.

Selviscenesættelsens semiotiske tegnrelation

Heidi Hansens semiotiske identitetstrekanter (Hansen, 2012: 42-43) bygger på Goffman's forståelse af selviscenesættelse via front region og back region. Særligt her ved er trekantens gensidige påvirkning af selvforståelse, selvfremstilling og publikum, hvilket vi også stiftede bekendtskab med gennem digital storytelling.

I identitetstrekanterens nederste højre hjørne findes personens selvforståelse. Denne er i høj grad påvirket af personens egen historik, som eksempelvis fødselsdato, søskendeforhold, forældre, bopæl, uddannelse(r) og job(s). Historikken er dermed faktuelle oplysninger, der hjælper mennesket til at forstå hvem denne er som person. Ud fra denne selvforståelse, kan mennesket skabe en fortælling om sig selv, og vedkommende kan herved fremstå på en bestemt måde og således gøre sig bemærket hos andre. I forhold til Goffman's teori er selvfortællingen dermed den facade, en person viser udadtil. Mennesket vælger samtidig selv, hvilke dele af historikken, fremmede mennesker skal have kendskab til, og resten er således usynliggjort for dem. I forbindelse med selvfortællingen, kan mennesket forstærke sin fortælling om sig selv ved at anvende forskellige former for brands. Selvfortællingen er med til at give publikum en bestemt opfattelse af vedkommende. Publikum sender herefter en respons tilbage til den agerende person, som påvirker personens selvforståelse og dermed også selvfortælling. Publikum kan her vælge at acceptere personens selvfremstilling, og deres opfattelser vil dermed være som ønsket af personen. I så

fald at publikum ikke accepterer, må vedkommende ændre sin selvopfattelse og dermed selvfremstilling. Selvet bliver således konstrueret og rekonstrueret i en forhandling mellem den individuelle person og publikum.



Figur 7: Den semiotiske identitetstrekan¹¹

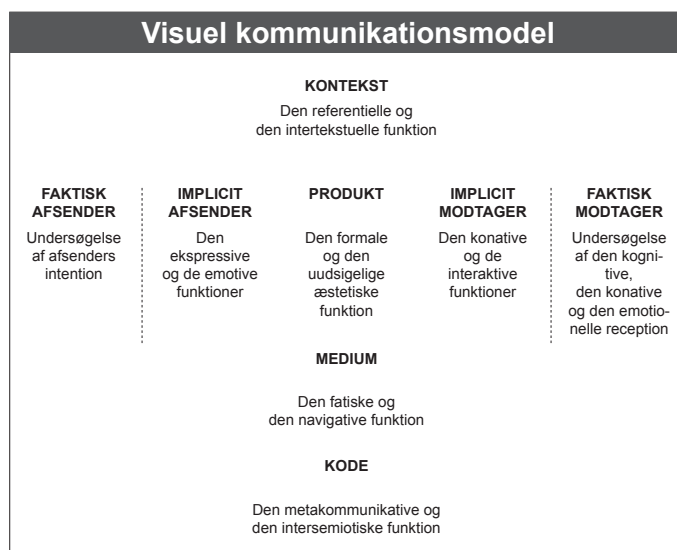
Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel

Som vi belyste i afsnittet om brugen af storytelling, er det ikke tilstrækkeligt kun at undersøge, hvordan politikerne agerer sprogligt på de sociale medier, idet de sociale medier tillader brugen af visuelt meningsindhold, som eksempelvis illustrationer eller humørikoner. Disse kan afsenderen aktivt bruge til at understrege sin verbale kommunikation, eller blot til at skabe nogle bestemte stemninger hos modtagerne. Det er derfor væsentligt at undersøge samspillet mellem den verbale og visuelle kommunikation for at få en dybere viden om, hvordan politikerne bruger kommunikationen til at skabe et billede af sig selv. Vi har til dette formål valgt at drage nytte af Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel. Modellen, som er skabt

¹¹ Hansen, 2012: 33

til analyse af kommunikation på websites, er en bred palet af sproglige, visuelle, æstetiske og intersemiotiske funktioner, samtidig med at den har fokus på afsender/modtager forhold (Thorlacius 2002: 13). Dette gør modellen særdeles brugbar som rammeværktøj til at undersøge selve kommunikationssituationen hos politikerne på Facebook.

Den visuelle kommunikationsmodel er en videreudvikling af Roman Jakobson's lingvistiske kommunikationsmodel, og indbefatter funktionerne; *Afsender*, *modtager*, *produkt*, *medie*, *kontekst* og *kode* (Thorlacius, 2002: 50), hvilket fremgår således:



Figur 8: Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel¹²

Afsenderen er ifølge Thorlacius den/de personer, som bærer ansvar for den kommunikative handling, som knytter sig til et produkt. Der skelnes her mellem en faktisk og/eller en implicit afsender. Den faktiske afsender fremgår direkte som afsender af

12 Thorlacius, 2002: 49

teksten, og er synlig for sine modtagere. Dette kan eksempelvis komme til udtryk gennem afsenderens signatur eller brug af logoer. Den implicitte afsender fremgår derimod kun indirekte af teksten, og kan komme til udtryk, eksempelvis gennem sprogbrug (Thorlacius, 2002: 53). Til afsenderen knytter der sig en *ekspressiv* og en *emotiv* funktion. Den ekspressive funktion er udelukkende rettet mod afsenderen selv, og har fokus på, hvorvidt afsenderens egne følelser og holdninger er synlige i teksten. Dette kan eksempelvis være gennem farvevalg, lyssammensætning eller stemningsbilleder. Med den ekspressive funktion har afsenderen ikke bevidst til hensigt at overføre afsenderens egne intentioner til modtageren, og har dermed heller ikke udvalgt en intenderet målgruppe for sit budskab (Thorlacius, 2002: 61). Den emotive funktion er et udtryk for nogle følelser og holdninger, som afsenderen gerne vil kalde frem hos sine modtagere for at kunne få dem til at tage imod sit budskab og overbevise dem om dets gyldighed (Thorlacius, 2002: 58). I modsætning til den ekspressive funktion, angår den emotive funktion således både afsender og modtager. Thorlacius skelner her mellem tre emotive funktioner: Afsenderen kan for det første bevidst eller ubevidst overføre sine egne holdninger og følelser til modtageren. For det andet kan afsenderen have et ønske om at indprinte nogle følelser og holdninger hos modtagerne, som afsenderen ikke nødvendigvis selv deler. Denne funktion vil være nyttig, hvis afsenderen skal kommunikere et budskab til et andet segment, som afsenderen ikke selv er en del af. For det tredje kan afsenderen skabe nogle følelser og holdninger hos modtagerne, som strider mod afsenderens egentlige intention (Thorlacius, 2002: 58).

Modtageren kan fremstå som værende implicit eller faktisk. Den implicitte modtager er en, som har interesse for afsenderen og dennes produkt, mens den faktiske modtager kan betegnes som værende en tilfældig læser af teksten, og som ikke har en direkte tilknytning eller interesse for afsender eller produkt. I forhold til den implicitte modtager knytter Thorlacius den *konative* og den *interaktive* funktion. Ved brug af den konative funktion retter afsender direkte henvendelse til modtageren, eksempelvis ved brug af imperativer som ”sæt kryds ved mig til valget” eller ved at opfordre modtagerne til at handle direkte (Thorlacius, 2002: 74). Den interaktive

funktion indbefatter modtagernes mulighed for at interagere med afsenderen (Thorlacius, 2002: 76). Vi vil her henlede til brugen af Thompsons interaktionsformer i analysen.

Produktet omfatter en indholdsside og en udtryksside, hvoraf der kan udanalyseres en række æstetiske funktioner. Thorlacius forstår æstetikken ud fra Jakobsons poetiske funktion, hvor udformning af tekstens indhold er i centrum. Til at analysere tekstens æstetik trækker Thorlacius på to funktioner: *Den formale funktion* og *den uudsigelige funktion*. Thorlacius forklarer grundlæggende de to funktioner i følgende citat:

”Den formale funktion er således, ifølge min opfattelse, det visuelle udtryks evne til at formidle den æstetiske oplevelse, der kombinerer det sanselige og det erkendelsesmæssige, og som kan klassificeres. Den uudsigelige funktion er det visuelle udtryks evne til at formidle den æstetiske oplevelse, der primært tager udgangspunkt i det, der kan opleves gennem sanserne og følelserne (...) og som ikke kan klassificeres”

(Thorlacius, 2002: 115)

Den formale funktion dækker således over, hvad der er synligt og klassificerbart i teksten, mens den uudsigelige funktion er de følelser og oplevelser, som teksten vækker hos den enkelte person. Den formale og uudsigelige funktion kommer derved særligt til udtryk i tekster, hvor der anvendes eksempelvis rim og rytmer, eller på websites i form af visuelle virkemidler som grafisk design eller farvekomposition. Vigtigst er, ifølge Thorlacius, at der skabes en indledende opmærksomhed, som inviterer modtagerne til at foretage en videre handling, og som derved fører til en fortsat opmærksomhed (Thorlacius, 2002: 136).

Mediet er den kanal, hvorigennem kommunikationen sker (Thorlacius, 2002: 160), og indbefatter *den fatiske funktion* og *den navigative funktion*. Den fatiske funktion kan betegnes som: ”(...) *en opretholdelse af kontakten, uden at der kommunikeres et egentligt indhold*” (Thorlacius, 2002: 161). Den fatiske funktion kan således både fremstå sprogligt, eksempelvis i forbindelse med en etablering af en kontakt som ”Hej”, en afsluttende som ”Vi ses”, eller blot metasproglige udvekslinger. Endvidere ses den fatiske funktion gennem den æstetiske udformning af billeder, hvis der udmønter sig en genkendelighed eller ”rød tråd” i forhold til eksempelvis layout, farvevalg eller typografier (Thorlacius, 2002: 167). Den navigative funktion er koncentreret om strukturen på websitet, og et vigtigt aspekt er herved synlighed og strukturering af links. Det er ifølge Thorlacius væsentligt, at der til de forskellige links er forbundet nogle ikoner eller tekster, der fortæller, hvad der henvises til. Således har brugen af links samtidig betydning for modtagernes genkendelighed gennem den fatiske funktion. Den navigative funktion ses også i forhold til brugen af digital storytelling, hvor modtagerne selv kan bidrage til fortællerindholdet ved at linke op til andre websites.

Kontekst betegner Thorlacius som; ”(...) *den sammenhæng, hvori noget indgår*” (Thorlacius, 2002: 139), hvilket dækker over de tekstlige og situationelle relationer. Til at forstå tekstens kontekst, inddrager Thorlacius to funktioner: *Den referentielle* og *den intertekstuelle funktion*. Den referentielle funktion opererer objektivt, og kommer særligt til syne ved tekster, der bygger på facts, og som drager paralleller til lignende sager. Den intertekstuelle funktion indbefatter derimod direkte henvisninger, andre hændelser eller tekstligt indhold (Thorlacius, 2002: 153-157).

Koden kan forstås som: ”(...) *et system af tegn, hvor hvert enkelt tegn er tillagt en betydning*” (2002: 174). For at den kommunikative handling kan forløbe positivt, kræver det, at koden kan forstås af både afsender og modtager. Thorlacius trækker her på *den metakommunikative funktion* og *den intersemiotiske funktion*. Den metakommunikative funktion betyder grundlæggende, at afsenderen formulerer sig på et sprog, som er forståeligt for modtagerne, således at de kan forstå tekstens

betydning (Thorlacius, 2002: 184). Den intersemiotiske funktion indbefatter: ”(...) *at man benytter tegn fra et kodesystem til at forklare tegn fra et andet kodesystem*” (Thorlacius, 2002: 185). Den intersemiotiske funktion ses ofte i forbindelse med tegnrelationer, og har derfor stor betydning for den visuelle kommunikation, hvor både afsender og modtager tillægger tegnene en symbolsk værdi. Dette ses eksempelvis ved brugen af humørikoner på Facebook, hvor modtager ved, at hvis afsenderen har placeret en smilende smiley, er det fordi at afsender tildeler sit budskab en positiv værdi, eller hvis der er en sur eller trist smiley, er det et udtryk for, at afsender er vred eller føler sig såret. Den intersemiotiske funktion kan desuden ansues ud fra Barthes’ teori om forankring og afløsning mellem tekst og billede (Rose & Christiansen, 2009: 172). Der er tale om en forankring, hvis teksten understreger billedets betydning. Afløsning er derimod, hvis tekst og billede ikke tilfører nogen yderlig betydning i forhold til hinanden.

Typer af handlingsmuligheder på sociale medier

Malene Charlotte Larsen, ph.D. ved Aalborg Universitet, har i sin afhandling beskæftiget sig med unges brug af sociale medier. Larsen definerer fire typer af handlingsmuligheder på Facebook, som beskriver afsendernes handlinger. Typerne kan ændre sig over tid og er typisk påvirket af de teknologiske muligheder (Larsen, 2010: 12). Larsen beskriver typerne som:

- Sociale og kontaktskabende handlinger
- Personlige og profilerende handlinger
- Underholdende og interaktive handlinger
- Støttende og praktiske handlinger

Larsen beskriver den første handling som værende: *"... de aktiviteter, som brugerne foretager sig* for at "være sammen" på de sociale sites" (Larsen, 2010: 12). Det er de handlinger, hvor afsenderen forsøger at skabe kontakt til den ønskede modtager, og gerne steder hvor beskederne er offentligt tilgængelige. Hvis der eksempelvis er tale om Facebook som det kontaktskabende sociale medie, ville afsenderen skrive en kommentar på modtagerens væg og ikke i en privat besked. Det er altså handlinger, der er synlige for andre brugere.

Anden handling fremstår som en personlig handling, udført af afsenderen, men kan ifølge Larsen, også betragtes som en social og kontaktskabende handling. Larsen siger at: *"(...) dette kommer eksempelvis til udtryk i profilerne, hvor brugerne ikke altid skriver om eller afbilder sig selv, sådan som en profil ellers lægger op til (...)"* (Larsen, 2010: 13). Afsenderen kan altså lave en statusopdatering, der ikke nødvendigvis omhandler vedkommende selv, men henviser til en bestemt samhørighed med en anden. Derfor kan der argumenteres for, at den sociale og kontaktskabende handling samt den personlige og profilerende handling smelter sammen, hvilket skaber en dobbeltbetydning som er op til de interagerende brugere at afkode (Larsen, 2010: 13).

Den tredje handling påpeger de underholdende og interaktive handlinger som brugerne udfører på sociale medier. Disse handlinger dækker blandt andet over aktiviteter som at spille spil eller designe billeder og profilttekster sammen med andre brugere.

Den sidste handling påpeger, hvordan brugerne eksempelvis hjælper hinanden på sociale medier. Det kunne for eksempel være at en bruger får en anden bruger til at hjælpe sig med at oprette et fotoalbum på Facebook (Larsen, 2010: 13).

Vi vil ikke gå yderligere i detaljer med de to sidste handlingsmuligheder, idet de ikke afspejler vores speciale.

Appelformerne

Til at overbevise sine modtagere, og derved til at kunne vinde tilslutning må afsenderen gøre brug af en række bevismidler. Aristoteles skelner mellem de ikke-tekniske bevismidler (*Pisteis atechnoi*), der angår dele, som er forudbestemte som eksempelvis faste lovbestemmelser, dokumenter og vidnesbyrd, og de tekniske bevismidler (*entechnoi*), som afsenderen selv må udtænke og benytte i forbindelse med sine retoriske færdigheder (Aristoteles Retorik, 2002 :14, 23 II 1-10).¹³ Aristoteles inddrager på baggrund af dette tre appelformer, logos, etos og pathos, hvortil han siger: ”*taleren kan ”skabe overbevisning” på tre måder: 1) ved sin personlige karakter (etos), 2) ved at påvirke tilhørerne følelsesmæssigt (pathos), og 3) gennem sin argumentation*” (Aristoteles Retorik, 2002 :23 II 1-10). Mens de to første appelformer hver især er henvendt til modtagerens emotionelle side, henvender den sidste appelform sig til modtagerens saglighed. De tre appelformer bruges ofte i forhold til hinanden, men de vil skiftevis være mest fremtrædende, afhængig af i hvilke henseender afsenderen vil overbevise sine modtagere (Jørgensen & Villadsen, 2009: 14).

Logos

Logos appellerer til menneskets intellekt og rationalitet, og knytter sig til en given sag (Dahl & Olesen, 2003: 80). Afsenderen anvender her faktuelle data og logik for at overbevise sine modtagere, og forholder sig således objektivt til sagen. Et eksempel herpå kunne være brugen af statistikker, idet tal oftest anses som en troværdig kilde, medmindre der stilles spørgsmålstejn ved udregningerne. Logos er således noget, som er givet for modtagerne. Dette forklarer Horner således: ”*Writers need to learn how to explore their own minds, to tap their own experience and knowledge, to discover what they already know*” (Horner, 1988: 26). Som citatet antyder kan afsenderen derved anvende logos til at fremkalde noget, som er logisk for modtagerne.

13 Aristoteles' Retorik menes oprindeligt at føre tilbage til ca. 330 f.kr

Aristoteles skelner her mellem den retoriske induktion (*paradeigma*) og den retoriske deduktion (*enthymema*). Den retoriske deduktion bygger ofte på nødvendigheder, men som ikke nødvendigvis er bevisført. Aristoteles skelner her mellem de almengyldige synspunkter (*topoi*) og synspunkter, der retter sig mod specifikke sagforhold (*eide*). Den retoriske induktion henviser derimod til andre lignende tilfælde (Aristoteles Retorik, 2002 :24 II 20-22).

Pathos

Med pathos henvender afsenderen sig til sine modtageres følelser. Målet er her at få modtagerne til at tage stilling til en given sag eller til at handle aktivt. Dette kan denne eksempelvis gøre ved at vægte brugen af stærkt følelsesbetonede ord, at skabe malende billeder eller ved at udtrykke egne følelser gennem ansigtsudtryk. Her ved kan afsenderen sigte efter at påvirke sine modtagere i bestemte retninger ved at skabe nogle stemninger hos disse. Afsenderen kan eksempelvis udtrykke glæde, vrede, ængstelighed eller sorg. Det gælder samtidig for afsenderen om at kende til sine modtageres behov. Horner henviser her til Aristoteles, og siger:

"(...) that it is the responsibility of the speaker (or writer) to be aware of the feelings of the audience: to understand the nature of the audience, and to appeal to the needs, desires, goals, and hopes of that audience"

(Horner, 1988: 25).

For at afsenderen må vinde modtagernes tilslutning kræver det således at den tager udgangspunkt i modtagernes behov. Der kan således også være forskel på, hvilke ord afsenderen vælger at bruge, afhængig af, om denne eksempelvis taler til unge mænd, midaldrende kvinder eller børn.

Etos

Etos knytter sig til afsenderens omdømme blandt modtagerne, og er koncentreret om modtagernes følelser til afsenderen – om de afskyr, anerkender eller beundrer denne, hvilket samtidig danner grundlag for modtagernes tillid og troværdighed til afsenderen. Om etos nævner Aristoteles:

”Persuasion is achieved by the speaker’s personal character when the speech is so spoken as to make us think him credible. We believe good men more fully and more readily than others; this is true generally whatever the question is, and absolutely true where exact certainty is impossible and opinions divided”

(Aristoteles Rhetoric, 1988: 23)

Afsenderen kan således sigte efter at være troværdig gennem sine handlinger for dermed at kunne højne sit etos hos modtagerne. Dette kan denne eksempelvis gøre ved at vise at han er ærlig og trofast overfor sine modtagere. Hvis afsenderen i forvejen kendes af modtagerne, og har et positivt omdømme, vil denne have lettere ved at vinde modtagernes tilslutning, med mindre at der opstår en alvorlig krise i forhold til afsenderen. Hvis afsenderen derimod er ukendt for modtageren, må afsenderen kæmpe hårdere for at skabe et positivt billede af sig selv, og derved opnå modtagernes troværdighed (Thorlacius, 2002: 65). McCroskey skelner her mellem to former for etos; et *initial ethos*, som er det etos afsenderen har hos modtagerne i forvejen, og *derived ethos*, som er det etos, afsenderen får tildelt undervejs i sin kommunikation (McCroskey, 2001: 83).



72

Medieteori

Efter at have beskæftiget os med det metodeteoretiske fundament, vil vi nu rette opmærksomheden mod specialets medieteori, der omfatter teoretikere som Goffman, Thompson og Hjarvard. Fælles for de tre teoretikere er, at de beskæftiger sig med interaktioner og derved det menneskelige samspil. Medieteorien benyttes som fortolkningsapparater på analysen, og bidrager derved med en bagvedliggende forståelse for, hvad der kendetegner disse interaktioner samt de interagerende personers iscenesættelser overfor hinanden. Teorierne er generelle sociologiske forståelser, hvilket gør os i stand til at anskue undersøgelsen ud fra en større helhed end blot de specifikke enkelttilfælde af interaktioner på Facebook. Medieteorien danner, af samme grund, ramme for analysens kommunikationssituation, som peger på de generelle tendenser ud fra fortolkninger af den kommunikative begivenhed.

Erving Goffman - Det iscenesatte selv

Den canadisk-amerikanske professor i socialantropologi, Erving Goffman (1922-1982) har gennem en etnografisk tilgang og grounded theory¹⁴ undersøgt, hvordan individers 'ansigt-til-ansigt' interaktioner påvirker den sociale adfærd i hverdagen

¹⁴ Forskeren starter her sin teoridannelse ud fra et begreb eller en idé og bygger løbende på teorien gennem indsamling af data (Kilde: Jacobsen & Kristensen 2007: 169)

(Rasborg, 2013: 418; Jacobsen & Kristensen, 2007: 167-169). Goffman koncentrerer sig derfor særligt i samspillet mellem en persons udtryksformer og andre menneskers indtryk af personen, og de implicitte og eksplicitte regler og normer, som er styrende for menneskets handlinger i de sociale interaktioner. Første del af afsnittet, som er en teoretisk begrebsliggørelse af menneskets selviscenesættelsesproces og samhandling, er baseret på Goffmans bog *"The Presentation of Self in Everyday Life"* (1959), som behandler det sociale liv i hverdagen ud fra en dramaturgisk metafor. Anden del af afsnittet er baseret på Goffmans anden bog *"Interaction Ritual – Essays on face-to-face behavior"* (1967), der beskæftiger sig med menneskets ansigtsarbejde og opretholdelse af ansigt i konkrete situationer.

Den dramaturgiske teatermetafor

Gennem sin dramaturgiske teatermetafor sammenligner Goffman menneskets sociale adfærd med optrædener i et skuespil. Formålet med teatermetaforen er at forklare det sociale samspil, der ligger i måden, hvorpå det enkelte menneske ønsker at fremstå og hvordan andre omkringværende mennesker opfatter vedkommende. Dette betyder ikke, at det sociale liv i hverdagen er et skuespil, men blot at det kan anskues således (Harste & Mortesen, 2007: 214). I sin teatermetafor benytter Goffman en række dramaturgiske elementer som optrædener (performance), hold (teams), regioner (regions), selvmodsigende roller (discrepant roles) kommunikation uden for rollen (communication out of character) og indtryks-styring (impression management) (Jacobsen & Kristensen, 2007: 97). Elementerne vil blive belyst efterfølgende i dette afsnit.

I teatermetaforen sker der en social interaktion mellem mennesker. Denne definerer Goffman som: *"(...) all the interaction which occurs throughout any one occasion when a given set of individuals are in one another's continuous presence (...)"* (Goffman, 1959: 15). Gennem denne interaktion sker der et gensidigt samspil, hvor den agerende person konstant forsøger at kontrollere andre menneskers indtryk af vedkommende (Goffman, 1959: 3), mens de omkringværende personer vil søge efter nogle oplysninger om personen for dermed at vide, hvordan de skal håndtere

vedkommende, og hvilke forventninger de kan have til personens adfærd. Vigtigst er derfor, at der er enstemmighed mellem måden, hvorpå den enkelte ønsker at fremstå overfor andre mennesker, og måden hvorpå andre mennesker opfatter vedkommende. En person kan således bevidst eller ubevidst udtrykke sig på bestemt vis, hvorfra andre mennesker kan hente nogle oplysninger. Dette samspil mellem udtryk og indtryk beskriver Goffman indledningsvist i bogen *"The Presentation of Self in Everyday Life"*:

"When an individual enters the presence of others, they commonly seek to acquire information about him (...) They will be interested in his socio-economic status, his conception of self, his attitude toward them, his competence, his trustworthiness (...) information about the individual helps to define the situation, enabling others to know in advance what he will expect of them and what they may expect of him. Informed in these ways, the others will know how best to act in order to call forth a desired response from him"

(Goffman, 1959: 1).

Som det fremgår af citatet, vil andre mennesker automatisk, ud fra personens udtryksformer samt socioøkonomiske status, trække på nogle informationer, som de benytter til at danne et helhedsbillede af vedkommende. Informationerne bruger de samtidig til at finde ud af, hvilke forventninger de kan have til personen og dens adfærd, og dermed også hvordan de selv skal agere overfor personen. Dette samspil mellem en persons udtryk og andre menneskers indtryk sker gennem den enkelte persons optræden.

Optrædener

En optræden kan ifølge Goffman forstås som: *"(...) all the activity of an individual which occurs during a period marked by his continuous presence before a particular set of observers and which has some influence on the observers"* (Goffman, 1959: 22). Mennesket udtrykker sig igennem sin optræden, og det er her, de kan

gøre forskellige former for indtryk på de omkringværende mennesker. Dette gør personen ved at påtage sig en bestemt rolle, hvortil der knytter sig en række forventninger fra andre tilstedeværende personer. Den påtagne rolle hjælper derved den optrædende person og andre personer til at tro på, hvad vedkommende står for, men også til at definere de sociale omstændigheder, og at den sociale situation faktisk er det, som de tror det er (Goffman, 1959: 17). Til at forklare menneskets optræden har Goffman særligt fokus på tre begreber: *facade* (front), *dramatisering* (dramatic realization) samt *idealisering* (idealization).

Om *Facaden* nævner Goffman: ”*Front, then, is the expressive equipment of a standard kind intentionally or unwittingly employed by the individual during his performance*” (Goffman, 1959: 22). Facaden kan således betegnes som menneskets *udtryksudstyr*, som de benytter ved andre menneskers nærvær. I sin bog forklarer Goffman indledningsvist to former for udtryk, som mennesket benytter overfor andre mennesker; et, der gives og et, der afgives. Udtrykket, der gives kan forstås som verbale udtryksformer og ordvalg, som vedkommende selv er herre over, og som kendes ved den traditionelle kommunikationsform. Udtrykket, der afgives er derimod træk ved den optrædende person, som andre mennesker finder karakteristisk for vedkommende, men som kan være ubevidst for personen selv (Goffman, 1959: 2-4). Derved skabes et samspil mellem, hvordan personen udtrykker sig, og hvordan andre mennesker opfatter personen ud fra disse udtryksformer. Goffman lægger, i sit studie, mest vægt på det afgivne udtryk, hvor personens gennemgående karaktertræk er i fokus (Goffman, 1959: 4).

Goffman skelner mellem to stimuli hos den personlige facade; *Manerer* (manner) og *ydre* (appearance). Manerer betegner, måden hvorpå personen vil spille sin rolle overfor andre tilstedeværende mennesker, hvilket indbefatter graden af høflighed. Et eksempel herpå kunne være om den optrædende person virker imødekommende, arrogant eller om vedkommende forholder sig undskyldende overfor de andre mennesker. Ydre refererer her til personens sociale status, og har samtidig betydning for personens morale (Goffman, 1959: 22, 108).

For at en person kan sikre sig, at andre tilstedeværende personer læser vedkommende korrekt i forhold personens egne intentioner om den fremførte rolle, må personen benytte sig af *Dramatisering*. Hertil benytter vedkommende en række dramatiske tegn, som eksempelvis ansigtsudtryk, kropssposition eller ved at rette blikket mod nogle bestemte ting frem for andre (Goffman, 1959: 30-33). Dramatiseringen hjælper således personen til at understrege sin intentionelle fremfærd, idet personen tilpasser sine handlinger efter, hvad denne har i sigte at udtrykke overfor de omkringværende mennesker.

Idealisering henviser til, at den optrædende person ønsker at skabe et positivt billede af sig selv ved at fremhæve sine kvalifikationer og egenskaber til at spille en bestemt rolle. Vedkommende må derved skjule forhold, som kan have negativ indflydelse på denne idealisering af personen. Et eksempel herpå kunne være, hvis en person skal fremlægge et resultat overfor en gruppe mennesker, vil vedkommende have fokus på de positive sider frem for egne problematikker i forbindelse med udarbejdelsen af opgaven. Med dette kan personen nemt fremstå mere idealiseret overfor de omkringværende mennesker, end han i virkeligheden er. Idealiseringen kan grundlæggende anskues ud fra to dimensioner: For det første kan den optrædende person vise, at en potentiel opgave har stor betydning for ham, og at han mestrer opgaven. I forhold til dette, er der samtidig forskel på, hvilke personer vedkommende optræder overfor. I visse tilfælde kan den optrædende have et ønske om at fremstå som en god og arbejdsom kollega på jobbet, og i andre tilfælde kan vedkommende vise, at denne er en god forælder overfor sine børn. For det andet vil den optrædende person forsøge at vise, at fremførelsen overfor netop dette publikum har en særlig betydning for vedkommende (Goffman, 1959: 37-49).

Hold

Ifølge Goffman kan den optrædende person ikke stå alene med sin selvrepræsentation. For at personen kan spille sin rolle, kræver det andre menneskers tilstedeværelse, og at de andre mennesker også spiller en rolle i forhold til denne person. Aktørerne må derved indgå i et team, hvor de fælles definerer en forståelse af den sociale virkelighed, som den fremstår for dem. Goffman definerer et hold som:

"(...) a set of individuals whose intimate co-operation is required if a given projected definition of a situation is to be maintained. A team is a grouping, but it is a grouping not in relation to a social structure or social organization but rather in relation to an interaction or series of interactions in which the relevant definition of the situation is maintained"

(Goffman, 1959: 104).

Som det fremgår af citatet består et hold af en gruppe mennesker, der deler en fælles forståelse af virkeligheden og som foretager en række rutiner på baggrund af dette. Holdet behøver dermed ikke at være bundet op på hinanden i forhold til sociale organisationer og strukturer, men er mere fokuseret omkring den interaktion, der foregår blandt holddeltagerne. Det gælder således om at opretholde dette virkelighedsbillede overfor de personer, der ikke er på holdet. Disse kalder Goffman for publikum (Goffman, 1959: 77-80; Jacobsen & Kristensen, 2007: 99.) Goffman udvider derved sin forståelse fra kun at have fokus på det individuelle menneskes selvpræsentation overfor omverdenen til også at inddrage andre mennesker, som deler den samme virkelighedsopfattelse, hvilket får ham ud på et tredje niveau, hvor der sker en sammensmeltning af disse virkelighedsopfattelser. Dette forklarer Goffman således:

"Whether the members of a team stage similar individual performances or stage dissimilar performances which fit together into a whole, an emergent team impression arises which can conveniently be treated

as a fact in its own right, as a third level of fact located between the individual performance on the one hand and the total interaction of participants on the other”

(Goffman, 1959: 80).

Med dette mener han, at selvom det til tider kan ligne en persons individuelle fremførelse, vil denne altid være involveret af andre menneskers tilstedeværelse (Jacobsen & Kristensen, 2007: 99). Det er derfor også vigtigt, at deltagerne på holdet står sammen ved at vise gensidig tillid til hinanden. Det er for det første vigtigt, at alle holddeltagerne ikke udviser upassende adfærd overfor de andre på holdet. For det andet ses deltagerne på holdet som værende en indviet del af gruppen, og de vil derfor ikke kunne opretholde den samme facade overfor hinanden, som de gør overfor publikum. Goffman taler her om en ”beslægtethed”, hvor holdet står sammen om at beskytte hinanden og de indtryk, de giver overfor publikum (Goffman, 1959: 82-83).

På et hold vil der altid være en holdleder, der styrer slagets gang, således at holdets virkelighedsbillede ikke kulminerer. Dette kunne eksempelvis være en direktør i en virksomhed eller en underviser i en skoleklasse. Ifølge Goffman besidder disse holdledere grundlæggende to funktioner: Han skal for det første sørge for, at holddeltagerne bevarer holdets rutiner og virkelighedsopfattelse, og hvis nogen fejler, skal han hjælpe dem tilbage på rette spor. For det andet skal han tildele holddeltagerne forskellige roller, således at deres optræden skal foregå gnidningsfrit. Nogen kan således komme til at spille en større rolle end andre (Goffman, 1959: 98-99; Jacobsen & Kristensen, 2007: 99). Holdlederen vil desuden af publikum blive betragtet som værende ansvarshavende for holdets optræden og præstation, hvilket samtidig gør, at han vil sætte større krav til sit hold. Ifølge Goffman er holdlederen således ikke selv en medspiller på holdet, men holder sig i stedet i periferien (Goffman, 1959: 99).

Foruden det optrædende hold henviser Goffman til et andet hold, som han kalder publikum. Ifølge Goffman lyder det: *"If we treat an interaction as a dialogue between two teams, it will sometimes be convenient to call one team the performers and to call the other team the audience or the observers"* (Goffman, 1959: 92). I citatet fremgår det, at der sker en interaktion mellem de to hold, men hvor det optrædende hold agerer aktivt, forholder publikum sig oftest som passive observatører. Det er således også det optrædende hold, der styrer slagets gang og som har kontrol over kulisserne i det område, hvor interaktionen finder sted. Der er derved et stærkt skel mellem de to grupper, og ingen kan være på begge hold på samme tid (Goffman, 1959: 92).

Regioner

I forbindelse med menneskets optræden angiver Goffman to regioner eller områder. Regionerne har begge betydning for menneskets sociale handlinger, men differentierer sig fra hinanden i måden, hvorpå handlingerne udføres. Følgelig vil de to regioner blive belyst nærmere.

Front region

"Front region" kan betegnes som det rum, mennesket befinder sig i, når det er i andre menneskers nærvær. Om "front region" nævner Goffman: *"Given a particular performance as a point of reference, it will sometimes be convenient to use the term 'front region' to refer to the place where the performance is given"* (Goffman, 1959: 107). Når mennesket befinder sig i "front region" har vedkommende kontrol over sin adfærd ved at opstille en facade, hvormed personen, gennem sin optræden, formidler et ønskværdigt billede af sig selv overfor sit publikum, samtidig med vedkommende at må leve op til publikums forventninger til personen. Ved at gøre dette kan personen samtidig forsøge at styre andres indtryk af vedkommende selv (Goffman, 1959: 107). I forbindelse med en persons selvscenesættelse benytter denne sig af en række *Kulisser* (settings), som er hjælpemidler i form af fysiske genstande, hvormed mennesket visuelt kan formidle, hvilken personlighedstype

vedkommende har. Kulisserne kan derved bestå i vedkommendes brug af forskellige brands som eksempelvis valg af tøjmærker eller varemærker i forbindelse med boligindretning (Goffman, 1959: 22).

Back region

Bag scenen findes back region. Her kan mennesket slippe kontrollen og i stedet slappe af i private omgivelser uden at skulle bekymre sig om, hvad andre tænker om vedkommende. Goffman definerer back region som: "*(...) a place, relative to a given performance, where the impression fostered by the performance is knowingly contradicted as a matter of cause (...) it is here that the capacity of a performance to express something beyond itself may be painstakingly fabricated; it is here, that illusions and impressions are openly constructed*" (Goffman, 1959: 112). Således er back region samtidig et område, hvor vedkommende kan skabe ambitioner om sin adfærd og handlinger, og derved forberede sig på sin optræden i front region.

Selvmodsigende roller

Ved selvmodsigende roller kan aktøren komme til at optræde som en publikummer, der samtidig trænger sig ind bag scenen (Goffman, 1959: 145). Her vil aktøren komme til at få indsigt i holdets interne hemmeligheder, som de normalvis vil beholde i bagsideområdet. Disse hemmeligheder kan tage form som *mørke hemmeligheder*, hvor holdet dækker over nogle forhold, som er modsigende i forhold til det indtryk, de ønsker at skabe hos publikum. Hemmelighederne kan være *strategiske*, hvor de indeholder skjulte dagsordner overfor publikum. De kan være *interne* ved at omhandle noget, som binder holdet sammen. Endelig kan hemmelighederne være *frie*, hvilket ikke gælder forhold i gruppen, og vil derfor kunne blive afsløret uden at skade gruppen (Goffman, 1959: 141-143).

Der skelnes her mellem flere forskellige typer af indtrængere. *Angiveren* (the informer) er her spionen, som udgiver sig for at være en holddeltager, og derved får indsigt i informationer, som denne ikke ellers ville have del i, men som han vælger at afsløre for publikum. *Klakøren* (the shill) er derimod en optrædende, som udgiver

sig for at være publikum, men hvor denne søger at fremkalde en bestemt reaktion, som det optrædende hold har i sigte at opnå hos publikum. *Agenten* (the agent) er en person, som publikum har hyret til at iagttage og kontrollere, om der er overensstemmelse mellem det, som der bliver udtrykt på scenen og virkelighedens normer. Derved er publikum klar over, hvilket indtryk de skal danne sig af de optrædende på scenen. *Stikkeren* (the shopper) fremstår som en publikummer, men er en del af et konkurrerende hold. Her vil vedkommende gå tilbage til sit hold og nævne, hvad han har set på scenen. Sidste indtrængertype er *mellemmanden* (the mediator). Særligt ved denne er, at vedkommende deltager på to forskellige hold, hvor han har en lav loyalitet på begge hold, da holdene aldrig kan vide, hvor de har ham (Goffman, 1959: 141-151).

Selvmodsigende roller kan derved forekomme i forhold til publikum såvel som hos de optrædende. Det er derfor væsentligt, at både publikum og optrædende forholder sig varsomt i deres interaktioner overfor hinanden.

Indtryks-styring

Som nævnt tidligere har den optrædende person et behov for at kunne manipulere sit publikums indtryk af sig i bestemte retninger. Personerne kan således have flere formål med denne indtryks-styring, idet vedkommende både kan have en intention om at fremstå på bedste vis overfor andre, eller at forsøge at få andre mennesker til at tro at vedkommende har nogle bestemte tanker eller forventninger til dem. Herom nævner Goffman:

"Regardless of the particular objective which the individual has in mind and of his motive for having this objective, it will be in his interests to control the conduct of the others, especially their responsive treatment of him"

(Goffman, 1959: 3)

Ved at kunne styre publikums indtryk, forsøger den optrædende person samtidig at undgå pinlige situationer eller sammenbrud, når vedkommende interagerer med andre personer i den sociale verden. Disse sammenbrud betegner Goffman som *forestillingssammenbrud (performance disruption)* (Goffman, 1959: 208). Ifølge Goffman kan den optrædende person komme ud for en utilsigtet hændelse, som kan føre tvivl om egen optræden, holdets optræden eller publikums optræden. Et eksempel herpå kunne være, at en publikummer trænger ind bag scenen, og kommer til at opleve den ellers optrædende person eller holdet, når de er uforberedte. Her vil publikummeren kunne opleve en skjult virkelighed, hvilket kan give publikummerne modsatrettede indtryk i forhold til, hvad de er blevet præsenteret for, når de optrædende befinder sig på scenen. Der opstår herved en *flacrante delicto*. Der kan her være personlige forhold eller uenigheder blandt deltagerne på holdet, som den enkelte person eller holdet ikke ønsker skal fremgå i deres optræden, da de skal være selvmodsigende i forhold til det billede, de optrædende ønsker at skabe af sig selv. Der vil i stedet opstå en pinlig episode, disharmoni og ansigtstab i gruppen, og de må nu forsøge at genoprette publikums positive indtryk (Goffman, 1959: 209-212). Tanken om at beskytte hinanden og opretholde ansigt bygger Goffman videre på i ”Interaction Ritual – essays on face-to-face behavior”, hvor han behandler facework.

Ansigts-arbejde

Som nævnt samarbejder de interagerende personer om at skabe et positivt billede af situationen, hvilket de gør ved at opretholde ansigt (*face*) overfor hinanden. Goffman definerer ansigt som:

” (...) 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 of approved social attributes – albeit an image that others may share, as when a person makes a good showing for his profession or religion by making a good showing for himself”

(Goffman, 1967: 5).

Ansigtet benyttes derfor som en kanal til at udtrykke, hvordan vedkommende ønsker at fremstå overfor andre personer, men er også tæt forbundet til vedkommendes egne følelser. Et positivt ansigt vil dermed betyde, at vedkommende føler sig tilfreds (Goffman, 1967: 8). Ifølge Goffman er ansigtet ikke noget, der kun knytter sig til den optrædende person, men noget, som skabes i et samarbejde mellem de interagerende personer (Jacobsen & Kristensen, 2007: 37). De implicerede personer har derfor et fælles ansvar for at opretholde det positive ansigt, hvilket de blandt andet kan gøre ved at positionere sig overfor hinanden. Hertil kan de interagerende personer benytte en linje (*line*), som er et sæt af verbale og nonverbale udtryk, som den enkelte person bevidst vælger at formidle til at understøtte sit budskab. Eksempler herpå kunne være, at personen ønsker at udtrykke, at denne går op i kost og motion, at personen går op i kvalitetstid med familien, eller at vedkommende er politisk engageret (Goffman, 1967: 5). Ansigtet er således tæt forbundet til de forventninger, personen har til sig selv, hvilket er bestemt af personens eller gruppens definition af den sociale virkelighed. Dette forklarer Goffman følgende:

"One's own face and the face of others are constructs of the same order; it is the rules of the group and the definition of the situation, which determine how much feeling one is to have for face and how this feeling is to be distributed among the faces involved"

(Goffman, 1967: 6).

Som det fremgår i citatet, er personens evne til at opretholde sit ansigt bestemt af, hvordan vedkommende forstår virkeligheden, og hertil de normer og regler, som er gældende hos den gruppe, vedkommende er en del af. Hvis personen utilsigtet handler imod disse, kan vedkommende og de omkringværende personer *tabe ansigt* (to lose face) (Goffman, 1967: 9). Goffman skelner her mellem flere forskellige former for ansigtstab. En person kan være i et *forkert ansigt* (wrong face), hvis der fremkommer nogle informationer i den sociale verden, som ikke stemmer overens med den linje, som vedkommende ønsker at føre. Personen kan desuden være *ude*

af ansigt (out of face), hvis denne undlader at have en klar linje ved den sociale interaktion, hvilket gør, at vedkommende ikke kan leve op til de forventninger, som omkringværende mennesker har til personen i en given situation (Goffman, 1967: 8). Personen, der har tabt ansigt vil komme til at føle skam, forlegenhed og mindreværd i forhold til sin handling. Han vil blive det, som Goffman kalder for *shamefaced* (Goffman, 1967: 8). Ansigtstab kan udløses indenfor særligt tre kategoriseringer. Personen kan for det første have handlet *uskyldigt*, hvor handlingen ufrivilligt strider imod vedkommendes egentlige intentioner, og kan betragtes som et fejltrin hos de omkringværende mennesker. For det andet kan personen vælge at handle *ondsindet*, hvor vedkommende bevidst vælger at krænke andre personer. Den tredje kategorisering er *tilfældige krænkelser*, og opstår som følge af en anden handling. Disse er derfor ikke planlagte på forhånd (Goffman, 1967: 14).

Hvis sådanne truende situationer skulle opstå, må de interagerende personer forsøge at redde deres ansigter. Goffman bruger her begrebet *ansigts-arbejde* (face-work), hvilket han definerer således:

"By facework I mean to designate the actions taken by a person to make whatever he is doing consistent with face. Face-work serves to counteract "incidents" - that is, events whose effective symbolic implications threaten face"

(Goffman, 1967: 12).

Formålet med ansigts-arbejde er således, at redde alle tilstedeværende personers ansigter og derved modvirke, at der skulle opstå kritiske eller pinlige situationer i de sociale interaktioner. De interagerende mennesker må derfor alle samarbejde om at opretholde deres ansigter (Goffman, 1967: 29). Hvordan de interagerende personer hjælper hinanden til at undgå ansigtstab, belyser Goffman også i forbindelse med indtryks-styring, hvor han kortlægger fire forsvarsmekanismer; *dramaturgisk lo-*

yalitet (dramaturgical loyalty), *dramaturgisk disciplin* (dramaturgical discipline), *dramaturgisk omtanke* (dramaturgical circumspection) samt *publikums beskyttelse af de optrædende* (Protective Practices) (Goffman, 1959: 212-233).

Dramaturgisk loyalitet handler om, at den optrædende person og andre medlemmer af holdet viser engagement for fremførelsen af de påtagne roller, således at de fremstår oprigtigt overfor publikum. Ligeledes gælder det, at holddeltagerne udviser troværdighed og solidaritet overfor hinanden ved ikke at afsløre holdets indbyrdes hemmeligheder overfor publikum, og ved at overholde den linje, som de har påført sig. Endvidere må holddeltagerne ikke være for stærkt knyttede til deres publikum, da dette vil øge sandsynligheden for, at de kommer til at afsløre holdets strategiske anliggender. Holdet hjælper således hinanden ved at stå sammen overfor publikum (Goffman, 1959: 212-216).

Dramaturgisk disciplin har fokus på, at den optrædende person finder en balancegang mellem at være engageret i at spille sin rolle, og samtidig ikke lader sig rive med i fremførelsen. Han skal således være bevidst om måden, hvorpå han fremfører sin rolle for derved at kunne forhindre potentielle uheld på scenen, samtidig med at kunne tage vare på dem, hvis de alligevel skulle opstå. Den disciplinerede optrædende vil her forsøge at redde den kritiske situation ved enten at forklare overfor publikum eller slå det over i komik. Det handler således om, at finde en passende reaktion, samtidig med at kunne lægge skjul på indre følelsesmæssige reaktioner (Goffman, 1959: 216-218).

Dramaturgisk omtanke er koncentreret om de optrædendes påpasselighed, når de er på scenen foran publikum. Det gælder her for de optrædende om at planlægge og iscenesætte deres optræden på scenen samt at forsøge at være forudseende overfor de sociale handlinger, der udspiller sig. De optrædende må være påpasselige med deres skuespil, samtidig med at de ikke må overdrive påpasseligheden. Dette skyldes, at en overdrevet påpasselighed kan føre til misforståelser hos publikum, eller at de optrædende ikke tager imod potentielle dramaturgiske handlinger, som byder

sig. De må således være forberedte på alle potentielle dramaturgiske hændelser, men samtidig tage imod de muligheder, som opstår undervejs. Foruden dette må de(n) optrædende tage højde for de informationer, som publikum kender til i forvejen. Dette gør samtidig, at den optrædende må være ekstra varsom overfor publikum, som ikke kender til den optrædende i forvejen, og mindre varsom overfor de publikummer som kender ham, da sandsynligheden for, at de vil blive overraskede er mindre (Goffman, 1959: 180-189).

Hvis ansigtstab alligevel skulle forekomme, må den agerende person forsøge at korrigere sine handlinger (a corrective interchange) for derved at kunne rette op på det tabte ansigt. Goffman nævner her fire faser: Første fase er udfordringen, hvor ansvar og skyld flyttes over på andre personer. I næste fase kan personen korrigere sig selv ved at ”slå” det over i sjov eller komme med en uddybende forklaring for, hvad der skyldes handlingen. I tredje fase kan vedkommende, hvis han har forårsaget ansigtstab hos en anden person, forsøge at kompensere for handlingen og derved få accept, hvilket fører til fjerde fase, hvor vedkommende kan få et ”tak” fra modparten (Goffman, 1967: 20-22).

Ifølge Goffman vil andre mennesker træde til for at beskytte en persons ansigt, hvis ikke vedkommende selv er i stand til at rette op på dette (Goffman, 1967: 28). Her træder forsvarsmekanismen *Publikums beskyttelse af de optrædende* særligt i karakter. I modsætning til ovenstående forsvarsmekanismer, der omhandler personens egen beskyttelse af ansigt, er der her fokus på, hvordan publikum hjælper de optrædende igennem spillet ved at forsvare dem. Goffman skelner grundlæggende mellem publikum, der har fået indsigt på baggrund af aktørernes optræden, og de udenforstående som ikke har kendskab til aktørerne og deres optræden (Goffman, 1959: 144-145). De udenforstående har manglende interesse for de optrædende og vil typisk være uopmærksomme eller holde sig helt væk fra de optrædende.

De tilstedeværende publikummer vil være opmærksomme på deres egne handlinger ved ikke at skabe splid eller afbryde de optrædende. Foruden dette kan publikummerne vælge at se bort fra eventuelle selvmodsigelser, ligesom at de kan blive enige

om at hjælpe den optrædende igennem kritiske situationer. Dette kan de eksempelvis gøre ved at bevare det falske indtryk udadtil, selvom de inderst inde ser det som fejlagtigt. Hvis publikummerne er bekendte med, at den optrædende er i en uvant eller pinlig situation, kan de vælge at skåne den optrædende ved ikke at komme med bemærkninger, der kan vanskeliggøre situationen yderligere. Goffman mener, at publikums respektfulde behandling af de optrædende kan skyldes, at publikum identificerer sig selv med den optrædende, at publikum vil undgå splid eller at de selv vil gøre et positivt indtryk på den optrædende (Goffman, 1959: 189-193).

John B. Thompson

Den mediesociologiske kontekst

John B. Thompson¹⁵ fokuserer blandt andet på mediesociologien, hvilket afspejler sig i hans bog *"Medierne og Moderniteten"*. Dette afsnit har til formål at redegøre for Thompsons teorier inden for mediesociologien, som fokuserer på mediernes rolle i forskellige led i samfundet. Her kan nævnes det internationale, det politiske og det personlige som alle giver deres syn på det altomfattende mediebillede. Det er ud fra Thompson og Hjarvard, at vi ønsker at argumentere for den rolle som medierne har i sociale og konstruerede kriser, som for eksempel ses når politikere taber ansigt på Facebook.

Ifølge Thompson afkoder mennesker ikke kun de kommunikerede meddelelser gennem deres kompetencer, viden og kunnen, men også på baggrund af deres kulturelle bagland (Thompson, 2001: 19-20). Der opstår ny viden og dermed også nye handlinger, når mennesket anvender og oplever nye medier. Dette fremstår hos Thompson således:

15 Thompson er bl.a. kendt for sin forskning i mediernes rolle i det moderne samfund

"Kommunikationsmediernes udvikling indebærer en omdannelse af det sociale livs symbolske karakter. Der sker en omorganisering af de måder information og symbolsk indhold bliver fremstillet og udvekslet på i den sociale verden, og en omstrukturering af de måder mennesker forholder sig til sig selv og hinanden på"

(Thompson, 2001: 22).

Thompsons definition af interaktion

Gennem den menneskelige historie har stort set al social interaktion mellem mennesker fundet sted ansigt-til-ansigt. Ifølge Thompson er det først i slutningen af det femtende århundrede, at medieprodukterne havde deres indvirkning på samfundet og blev mere og mere udbredt (Thompson, 2001: 94). Grunden til denne udvikling er, ifølge Thompson, at kommunikationsmedierne skaber nye former for sociale relationer "*(...) der er ganske forskellige fra den form for ansigt-til-ansigt-interaktion der har været dominerende gennem det meste af menneskets historie*" (Thompson, 2001: 94). Denne nye udvikling gør blandt andet, at mennesket er i stand til at 'handle på afstand' og gør det muligt for mennesket at optræde for andre der er adskilt i tid og rum (Thompson, 2001: 95).

Thompson har udviklet tre former for interaktion, som vi har beskrevet nærmere nedenfor.

Thompsons interaktionstyper

Thompson arbejder med tre interaktionstyper; Ansigt-til-ansigt interaktion (*Face-to-face interaction*), medieret interaktion (*media-interaction*) og medieret kvasi-interaktion (*quasi-interaction*). Dog nævner han at andre typer også kan opstå og at der også kan opstå en blanding af interaktionstyperne. Modellen neden for opstiller de former for interaktionstyper, som Thompson beskæftiger sig med, og viser ligheder og forskelle hinanden indbyrdes.

Interaktionens karakter	Ansigt-til-ansigt interaktion	Medieret interaktion	Medieret kvasi-interaktion
Rum/tids-struktur	Samtidig tilstedeværelse; fælles system af referencer til tid og rum	Adskilte situationer; udvidet tilgængelighed i tid og rum	Adskilte situationer; udvidet tilgængelighed i tid og rum
Rådighed over symbolske cues	Mangfoldighed af symbolske cues	Indsnævring af omfanget af symbolske cues	Indsnævring af omfanget af symbolske cues
Handlingens orientering	Henvendt til bestemte individer	Henvendt til bestemte individer	Henvendt til ubestemte potentielle modtagere
Dialog/monolog	Dialog	Dialog	Monolog

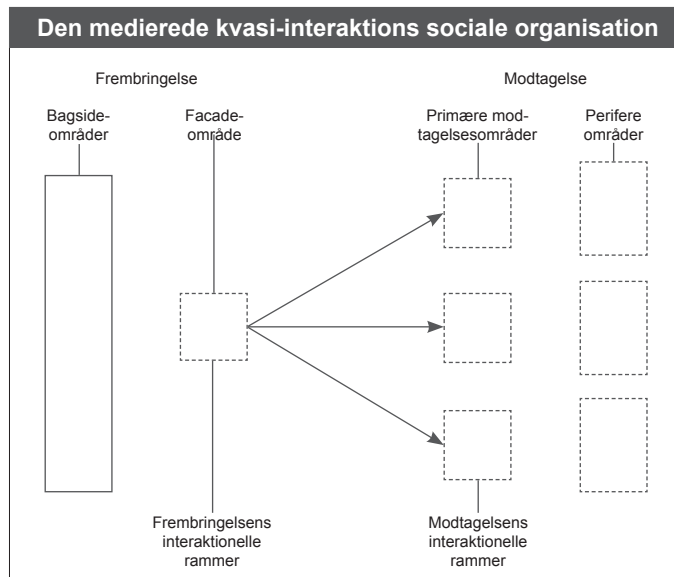
Figur 2: Thompsons interaktionsformer¹⁶

Ansigt-til-ansigt interaktion karakteriseres ved at de kommunikerende parter er til stede i kommunikationssituationen (Thompson, 2001: 95). Denne type af interaktion har karakter af at de kommunikerende parter fører en dialog mellem sig og: *"(...) er umiddelbart nærværende for hinanden og (...) fælles om et system af referencer til tid og rum"* (Thompson, 2001: 95). Parterne kan også gøre brug af dialog og benytte sig af deiktiske udtryk som, for eksempel "nu" og "her", og regne med at disse bliver forstået efter hensigten (Thompson, 2001: 95). Ydermere kan parterne benytte sig af "symbolske cues" til at formidle og fortolke andre parter budskaber. Eksempelvis kan ord udveksles med smil, panderynken og blikke. Hvis de modtagende parter af de symbolske cues opfatter de afsendte cues modstridende, kan dette så tvivl om afsenderens oprigtighed (Thompson, 2001: 96).

¹⁶ Thompson, 2001: 98

Den medierede interaktion foregår, som navnet antyder, i en medialiseret kontekst. Her er de interagerende aktører adskilt, enten grundet rummet eller tiden eller begge dele. Derfor har de kommunikerende parter mulighed for at misforstå det givne budskab, idet de ikke har samme kontekst at kunne forholde sig til. Thompson påpeger at: *"Ved at indskrænke omfanget af de symbolske cues giver den medierede interaktion deltagerne færre symbolske mekanismer at mindske tvetydigheden med"* (Thompson, 2001: 97). Med dette mener Thompson, at jo færre symbolske cues som afsenderen bruger i interaktionen, jo lettere er det for modtageren at forstå budskabet.

Quasi-interaction, som på dansk hedder medieret kvasi-interaktion, er den interaktion der går fra massemediet til mennesket. Disse massemedier er blandt andet aviser, fjernsyn og internet (Thompson, 2001: 97). Denne interaktionsform har samme muligheder som den medierede interaktion, da den også kan adskilles i tid og rum, samt begrænse mulighederne for visuelle budskaber. Dog ses forskellen ved at den medierede interaktion henvender sig til en bestemt modtager, hvorimod den medieret kvasi-interaktion henvender sig til en større gruppe modtagere. Udover dette er både ansigt-til-ansigt interaktionen og den medierede interaktion karakteriseret af dialog, hvorimod kvasi-interaktionen er domineret af monolog (Thompson, 2001: 97).



Figur 3: Den medierede kvasi-interaktions sociale organisation¹⁷

Medieret kvasi-interaktion er en ny interaktionstype, i modsætning til de andre. Dette skyldes, at netop denne interaktionstype oftest anvendes i tekniske medier og har mulighed for at adskille rum og tid, hvilket først de senere år har været muligt i medierne (Thompson, 2001: 97). Thompson siger at: *"Den har ikke samme grad af gensidighed og interpersonal bestemthed som andre former for interaktion, det være sig medieret eller ansigt-til-ansigt-interaktionen"*. Yderligere tilføjer han at: *"Den skaber en særlig form for social situation hvor mennesker bliver knyttet sammen i en kommunikationsproces og en symbolsk udvekslingsproces"* (Thompson, 2001: 97). Dog er den stadig en interaktionstype, og den skaber en særlig form for social interaktion, hvori parterne knytter sig i en kommunikationsproces og symbolsk udvekslingsproces (Thompson, 2001: 97). Nogle parter frembringer symbol-

¹⁷ Thompson, 2001: 105

ske cues til andre parter der ikke er fysisk til stede i tid og rum, hvor andre eksempelvis modtager symbolske cues frembragt af andre, som de føler en vis loyalitet, venskab eller tilknytning til, men er ude af stand til at svare tilbage på.

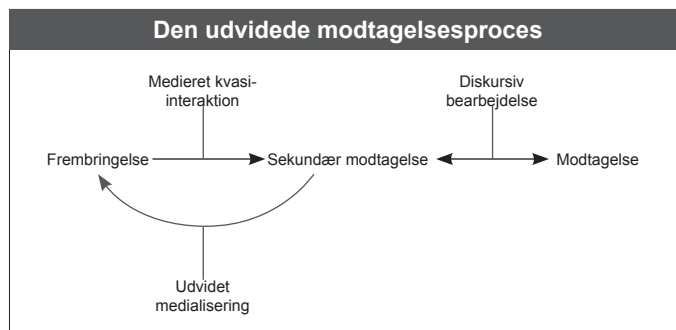
Dog skal det gøres klart, at ikke alle situationer passer ind i en af ovenstående interaktionstyper. Thompson påpeger at: *"Tværtimod kan mange af de interaktioner der udvikler sig i hverdagen, involvere en blanding af forskellige former for interaktion – der kan med andre ord være tale om en hybrid"* (Thompson, 2001: 98). Dette kan for eksempel være når en person ser en fjernsynsudsendelse, men interagerer med en person ansigt-til-ansigt i samme rum. Dermed opstår der både en ansigt-til-ansigt-interaktion og en medieret kvasi-interaktion (Thompson, 2001: 98). Ydermere siger Thompson, at der er fordele ved at kategorisere interaktionstyperne i en analytisk ramme, idet det mindsker risikoen for misforståelser i kommunikationssituationen: *"De gør det muligt for os at analysere disse situationer med en vis grad af stringens og præcision og dermed undgå nogle af de misforståelser der kunne opstå ved en forhastet karakteristik af de interaktionssituationer medierne skaber"* (Thompson, 2001: 99).

Thompsons uddybelse af *Den medierede kvasi-interaktion*

Som nævnt tidligere er den medierede kvasi-interaktion en interaktion hvor kommunikationen sker mellem mennesket og massemediet. Thompson vælger at hente inspiration fra Goffman til at gå i dybden med forklaringen af denne interaktion. I Thompsons værk siger han at:

"Enhver handling eller præstation finder sted inden for nogle bestemt interaktionelle rammer der involverer visse antagelser og konventioner så vel som omstændighedernes fysiske træk (Rummets indretning, møbler, udstyr, påklædning osv.). Et menneske der handler inden for disse rammer, vil i et vist omfang afpasse sin adfærd efter dem og forsøge at projicere et selv-billede der er mere eller mindre i overensstemmelse med rammerne og med det indtryk vedkommende ønsker at give"

(Thompson, 2001: 101).



Figur 4: Den udvidede modtagelsesproces¹⁸

Rammerne for menneskets handlinger, som er nævnt oven for, finder sted inden for det område, som Goffman kalder *"front region"* (Thompson, 2001: 101). Ifølge Thompson lader mennesket sit "sande jeg" blive i det Goffman kalder back region. Dette skel mellem front region og back region er, ifølge Thompson, sjældent skarpt opridset, og mennesket tilpasser hele tiden deres adfærd efter de opsatte grænser (Thompson, 2001: 101). Særligt kan kommunikationsmedier have en særlig betydning for disse grænser. Thompson siger, at medieret interaktion som regel indebærer at de interagerende ikke befinder sig i samme rum, men alligevel *"(...) etablerer de et sæt interaktionelle rammer bestående af to eller flere facadeområder der er adskilt i rum og måske også i tid."* (Thompson, 2001: 102). Disse facadeområder, eller front regions, har deres egne back regions, og dem skal de interagerende så vidt muligt håndtere og adskille grænserne. Et eksempel herpå kunne være en telefonsamtale, hvor den ene interagerende forsøger at udelukke baggrundsstøj ved at gå ud af lokalet. Dermed udelukker vedkommende back region-situationen, og fokuserer på den igangværende medierede interaktion.

Menneskers handlen er, ifølge Thompson, udelukkende en del af et struktureret interaktionsfelt. Mennesker, der indgår i en interaktion benytter sig af de muligheder, de har til rådighed, og disse er oftest: *"(...) diverse former for oparbejdede resur-*

¹⁸ Thompson, 2001: 125

ser" (Thompson, 2001: 103). Alligevel er disse interaktionsfelter, både medieret kvasi-interaktion og kvasi-interaktion påvirket af begrænsninger, men også af muligheder, idet de påvirkes af menneskets mulighed for at være i forskelligartede kontekster i interaktionen.

I Thompsons teori illustreres tre modeller, som beskriver ansigt-til-ansigt-interaktion, medieret interaktion og medieret kvasi-interaktion, og hvordan disse er differentieret fra hinanden: "... *med hensyn til social organisation*" (Thompson, 2001: 103).

Thompson giver et eksempel på fjernsynets interaktionsmuligheder, hvilket han udtrykker således:

"En af fjernsynets tekniske muligheder er at det er i stand til at udnytte en bred vifte af symbolske cues, både auditive og visuelle. Hvor de fleste andre tekniske medier begrænser udvalget af symbolske cues til en enkelt type symbolske former (såsom det talte eller det skrevne ord), besidder fjernsynet en symbolsk rigdom der udstyrer fjernsynsoplevelsen med nogle af ansigt-til-ansigt-interaktionens træk (...)"

(Thompson, 2001: 103)

Med fjernsynet er det muligt for kommunikatoren både at blive set og hørt, og denne interagerer i tid og rum på samme måde som de deltagende i dagligdagens sociale interaktion (Thompson, 2001: 103). Dog er udvalget af symbolske cues en del mere begrænset for fjernsynsseeren, end det havde været, hvis interaktionen havde foregået ansigt-til-ansigt.

Handling og reaktioner i fjerne kontekster

Med indførelsen af nye kommunikationsmedier er der skabt nye former for handling hos de modtagere, der ikke er i direkte kontakt med afsenderen. Thompson taler om *reaktionshandlinger* der: "(...) *finder sted i kontekster langt fra frembringelseskonteksten*" (Thompson, 2001: 123). De nye reaktionshandlinger gør det mu-

ligt for modtagerne at reagere på begivenheder, der befinder sig langt væk, og som ikke nødvendigvis udspiller sig i samme tidsrum. Thompson påpeger at: *"Det der er unikt for modtageaktiviteten er at (a) modtagelsens rum/tids-kontekst ikke er sammenfaldende med frembringelseskonteksten, og at der (b) er mangfoldige modtagelseskontekster der ikke er indbyrdes sammenfaldende"* (Thompson, 2001: 123). Selvom modtagelseskonteksterne ikke er sammenfaldende, kan de have en del fællestræk, afhængigt af det medie, de udspiller sig i.

Thompson bruger igen fjersynet som eksempel. Han siger at fjersynet ofte har et primært modtagelsesområde i et privat hjem, eksempelvis en stue der: *"(...) er ofte adskilt fra perifere områder i den samme bolig ved hjælp af fysiske barrierer som vægge og døre"* (Thompson, 2001: 123). Dog er forholdet mellem det primære og det perifere område ikke det samme som forholdet mellem facadeområderne og bagsideområderne, som er vist i figur 3. Dette skyldes, at modtagerne af interaktionen ikke deltager på samme måde som afsenderne, og de har derfor ikke samme behov for at styre deres optræden i den medierede kvasi-interaktion. Da det i almindelighed ikke er muligt for modtagerne at give afsenderne direkte respons, er modtagernes reaktionshandlinger ikke en del af den medierede kvasi-interaktion (Thompson, 2001: 124). Hvis modtagerne reagerer på afsenderens handlinger, gør de det som regel i en interaktion mellem de andre modtagere; for eksempel hvis der sidder flere og ser den samme fjernsynsudsendelse. Thompson kalder denne form for handling for *"diskursiv bearbejdelse"* (Thompson, 2001: 124). Det betyder, at handlingerne bliver bearbejdet og kritiseret, og i nogle tilfælde videreudvikles de, hvilket gør handlingen til genstand for diskussioner indbyrdes. Thompson påpeger dog også, at personer, der ikke selv har set den kommenterede fjernsynsudsendelse, kan inddrages i diskussionen, hvis blot de får fortalt handlingen af modtagere, der har set den (Thompson, 2001: 124). På den måde kan handlingen få flere modtagere. Disse betegner Thompson som *"sekundære modtagere"* (Thompson, 2001: 124).

Thompson påpeger, at der er stor forskel på, hvilket medie som handlingen bliver modtaget igennem. I en ansigt-til-ansigt-interaktion vil modtagernes sociale egenskaber vises tydeligt; nogen vil deltage aktivt i samtalen, mens andre træder i baggrunden og bliver tavse (Thompson, 2001: 126). I tilfælde af en medieret kvasi-interaktion vil modtagernes forskellige sociale egenskaber ikke vises på samme måde. Thompson siger, at tilegnelsen af de udgivne mediemeddelelser skal: ” (...) ses som en fortsat og socialt differentieret proces der afhænger af meddelelsernes indhold, modtagernes og andres diskursive bearbejdelse af meddelelserne, og modtagernes sociale træk” (Thompson, 2001: 126). Thompson siger således, at forskellen i modtagernes sociale egenskaber ses, når de skal forholde sig til de modtagne budskaber og videreformidle dem. Modtagernes reaktioner vil oftest udspille sig på forskellige måder, men de meddelelser, der bliver modtaget adskilt i tid og rum, kan ifølge Thompson: ”(...) give anledning til hvad jeg vil kalde fælles reaktionshandlinger” (Thompson, 2001: 126). Disse fællesreaktioner er ofte koordineret således, at modtagerne reagerer på måder, der minder meget om hinanden. Disse former for fælles reaktionshandlinger kan blandt andet ses ved at modtagerne reagerer på samme måde på reaktionshandlingerne, selvom de er adskilt af tid og rum. Dette pointerer Thompson som værende en ”ukoordineret reaktionshandling” (Thompson, 2001: 126). Denne form for reaktionshandling kan blandt andet ses ved at en politiker laver en statusopdatering, hvor han påpeger, at momsens er for lav, hvilket får en gruppe af modtagere til at kommentere på statusopdateringen og udtrykke deres uenighed. Thompson fremhæver at: ”I praksis involverer de fleste fælleshandlinger af denne art imidlertid som regel en vis grad af koordination der skyldes en kombination af diskursiv bearbejdelse og udvidet medialisering” (Thompson, 2001: 127).

Den medierede kvasi-interaktion bærer præg af at være en mediebåret henvendelse, som ikke involverer direkte gensidighed. Denne interaktionsform adskiller sig i øvrigt fra de andre ved ikke at henvende sig til en bestemt modtager, men derimod en ubestemt mængde af modtagere. Et eksempel på medieret kvasi-interaktion ses, når

en person lader sig interviewe i fjernsynet. Her ses en ansigt-til-ansigt-interaktion med interviewer, men samtidig deltager den interviewede også i en medieret kvasi-interaktion med fjernsynsseerne hjemme i stuerne. Thompson forklarer at:

”Det tv-transmitterede interview er en ansigt-til-ansigt-interaktion, og en del af kunsten ved et dygtigt gennemført interview består i at vide hvordan man effektivt kombinerer de forskellige orienteringer af handlingen der er relevante i hvert tilfælde.”

(Thompson, 2001: 117)

De nævnte interaktionstyper anskueliggør de problematikker, der er forbundet med medieoptræden. Den interviewede person skal være klar over, at vedkommende befinder sig i flere interaktioner på samme tid og skal derfor gøre op med sig selv, hvilken modtager, der skal være den primære.

Stig Hjarvard – det selskabelige samfund

Hjarvard påpeger, at det moderne samfund kommunikerer selskabeligt i stigende grad, hvilket også afspejler sig i den politiske kommunikation. Vi vil derfor i dette kapitel se nærmere på Hjarvards forklaring på, hvordan medialiseringen har påvirket den politiske institution. Dette vil vi gøre på baggrund af Hjarvards værk *”Det selskabelige samfund”*, som blandt andet opstiller nogle karakteristika for det selskabelige samfund, hvordan medialiseringen har været med til at påvirke politiske institutioner samt politikernes muligheder for at præsentere sig selv. Han tager udgangspunkt i empiriske undersøgelser vedrørende samfundet og dets forandringer, herunder også de politiske forandringer, som gør sig gældende i vores speciale.

Medierne er impliceret i en stor del af vores vågne tid – enten som vores arbejdsredskab, som vores kommunikationsredskab, som underholdningsredskab eller til socialt samvær gennem sociale medier. Hjarvard påpeger, at det moderne samfund i stigende grad kommunikerer selskabeligt, hvilket især også gælder politikerne (Hjarvard, 2005).

Hjarvards teori om mediernes påvirkninger og ændringer af menneskets normer for selskab kan understøttes af Joshua Meyrowitz' begreb, *Middle region*. Om middle region nævner Meyrowitz: "*Middle region behavior develops when audience members gain to a sidestage view*" (1985: 47). Middle region er således en fusion af en persons front region og back region adfærd, hvor publikum oplever vedkommende fra sidelinjen. Et eksempel herpå vil være hvis en person er på direkte TV, og hvis mikrofonen utilsigtet skulle gå i stykker, mens publikum ser på.

Blanding af front region og back region er det som Hjarvard kalder for selskabelighed (Hjarvard, 2005: 37-40). Denne blanding mellem front region og back region er sket på baggrund af ændringer ved de sociale grænser i vores samfund. Grænserne mellem det private og det offentlige er blevet udvisket, således at hvad der tidligere blev betegnet som privat, er blevet bragt frem i offentlighedens lys. Det er gennem medierne, at denne selskabelighed bliver udbredt til hele samfundet, og dermed også i en social sammenhæng, der ikke tidligere var præget af selskabelige normer. Dette betyder også, at institutioner og aktører dermed bliver tvunget til at ændre adfærd og skabe et andet image af sig selv. De er med andre ord blevet nødt til at ændre på deres iscenesættelse og opføre sig mindre formelt i forhold til, hvad de tidligere ville have gjort. Ved at ændre på normerne må aktørerne også være klar over, at den selskabelige omgangsform bliver en norm i sig selv i det sociale liv, som før var præget af mere formelle normer, eksempelvis omgangen med offentlige myndigheder.

Ifølge Hjarvard gør disse normer, at samfundet bliver selskabeliggjort (Hjarvard, 2005).

Hjarvards definition på det medialiserede samfund

Som det fremgår af titlen, har medierne en stor indsigt i det medialiserede samfund. Medierne ses alle vegne og strukturerne og kulturerne har ændret sig i takt med samfundets udvikling. Den eksisterende kommunikation mellem mennesker har ændret sig drastisk, og er gået fra kun at være fysiske møder ansigt-til-ansigt med andre, til at gå gennem audiovisuelle medier og til i dag stort set at være digitale medier, der er adskilt i rum og tid. Medierne har den funktion, at de skaber en globaliseret offentlighed og verden, hvor det er muligt for mennesker at kommunikere indbyrdes, men hvor medierne sætter dagsorden for den måde, hvorpå vi kan kommunikere med hinanden. Hjarvard er inspireret af Winfred Schulz, der ser på, hvordan disse ændringer af medierne har påvirket samfundet, og den måde mennesket kommunikerer og interagerer med hinanden på. Schulz og Hjarvard påpeger, at når rum og tid udvider sig, overtager medierne interaktionen, der før krævede fysisk tilstedeværelse mellem mennesker. Denne sammensmeltning påvirker menneskets hverdag og samfundets institutioner, og alle tilpasser sig derfor mediernes normer (Hjarvard, 2008: 13-16, 39-40).

Ifølge Hjarvard kan medialisering kategoriseres som: *"(...) den længevarende proces, hvorigennem institutioner og interaktionsmåder ændres i kultur og samfund, som følge af mediernes øgede betydning"* (Hjarvard, 2008: 30). Medialiseringen er altså en kulturel proces, hvori medierne bliver en uafhængig institution og udgør et mellemlid mellem aktørerne og de øvrige institutioner i samfundet ved at viderebringe information og interaktion mellem hinanden (Hjarvard, 2008: 27). Hjarvard påpeger, at medialiseringen er et begreb, der skal undersøges ved ethvert område i samfundet, hvilket skal forstås som at medialiseringen kan have både positive og negative konsekvenser (Hjarvard, 2008: 29-30).

John B. Thompson - Den politiske skandale

Politikeres personalisering

Ifølge Thompson bliver politikeres troværdighed sat på en alvorlig prøve, når deres politiske liv retter sig mod deres personlige liv (Thompson, 2002: 121-122). Jo mere politikernes troværdighed, pålidelighed og tillid fylder i modtagernes bevidsthed, jo større betydning får de politiske skandaler (Thompson, 2002: 121-122). Thompson tilføjer at: *"Skandaler fører til flere skandaler, netop fordi hver skandale yderligere skærper opmærksomheden om politiske lederes troværdighed og pålidelighed"* (Thompson, 2002: 122), hvilket gør skandaler til en ond cirkel, der næsten er umulig at komme ud af. Derfor kan forklaringen på det øgede antal af politiske skandaler i Danmark være at politikernes troværdighed og personlighed bliver centraliseret og dermed bliver genstand for modtagerne. Det vil sige, at den linje, der før var meget synlig og adskilte politikernes privatliv og offentlige liv, er med tiden blevet udvisket og politikernes personalisering er derved blevet fremherskende.

Den politiske skandale

Vi vil i følgende afsnit tage udgangspunkt i Thompsons definition af, hvad en politisk skandale er, og vi vil ud fra hans definition forsøge at forstå fænomenet. Thompson påpeger i sin bog *"Den politiske skandale – magt og synlighed i mediealderen"*, at skandale: *"(...) henviser til handlinger og begivenheder, der indebærer særlige former for overtrædelser som andre bliver bekendt med, og som er tilstrækkeligt alvorlige til at fremkalde en offentlig reaktion."* (Thompson, 2002: 43). Ydermere siger han, at:

"Mere præcist vil jeg foreslå at den moderne brug af "skandale" (...) henviser til handlinger, begivenheder eller omstændigheder der har følgende træk:

1. deres forekomst eller eksistens indebærer en overtrædelse af visse værdier, normer eller moralregler;

2. deres forekomst eller eksistens indebærer et element af hemmeligholdelse eller fortielse, men andre end de direkte involverede har kendskab til eller stærk formodning om deres eksistens(...);
3. visse udenforstående misbilliger handlingerne eller begivenhederne og føler sig måske krænkede af overtrædelsen;
4. visse udenforstående udtrykker deres misbilligelse ved offentligt at fordømme handlingerne eller begivenhederne;
5. afsløring og fordømmelse af handlingerne eller begivenhederne kan skade omdømmet for de mennesker der var ansvarlige for dem (...).

(Thompson, 2002: 25-26)

Hans definition indikerer, at skandaler indtræffer i mange forskellige sammenhænge, og er ikke nødvendigvis præget af politik. Dog påpeger han, at en politisk skandale er: *"... en skandale der befinder sig i et politisk felt og har følger for relationerne inden for dette felt"* (Thompson, 2002: 106), hvilket vidner om, at Thompson ikke tager højde for at politiske skandaler nødvendigvis involverer og omhandler personer.

Det første punkt fortæller, at skandalen opstår, når normer og værdier bliver overtrådt. Dog skal læseren gøres opmærksom på, at ikke alle overtrædelser risikerer en skandale, da overtrædelsen skal være præget af en alvorlig karakter (Thompson, 2002: 27-28). I forlængelse heraf, kan der også opstå en andengradsovertrædelse, der indebærer, at opmærksomheden på selve skandalen, overflyttes til en række af handlinger, hvor hovedpersonen i skandalen forsøger at dække over skandaliseringen. Derfor kan andengradsovertrædelsen ofte fremstå vigtigere og mere betydningsfuld end den oprindelige overtrædelse, og kan derfor blive 'blæst op', hvis hovedpersonen forsøger at dække over sine fejl (Thompson, 2002: 29-30).

Det andet punkt indeholder en form for hemmeligholdelse, som pårørende har kendskab til eller en formodning om. Derfor opstår der ofte drama, hvilket leder til at de begivenheder, som skandalen oprindeligt er opstået på baggrund af, ikke alene har afgørende betydning for, at en skandale udvikler sig til en skandale – der må også være en gruppe udefrakommende, der har kendskab hertil. Dette er også grundlaget for hvorfor, medierne har så afgørende en rolle i politiske skandaler (Thompson, 2002: 30-31).

Det tredje punkt vidner om at, udenforstående personer tager afstand til de handlinger, der i sidste ende medfører en politiske skandale. Ifølge Thompson opstår skandalen i dag oftere på grund af normovertrædelser, hvorimod tidligere opstod skandalen grundet udenforstående personers chokerede oplevelser. Dette er, ifølge Thompson, opstået grundet svækkelsen af traditionelle normer og værdisystemer i det moderne samfund.

Det fjerde punkt handler om, hvordan udenforstående tager afstand fra skandalen offentligt. Når udenforstående tager afstand til skandalen, tager de dermed også afstand til de involverede i skandalen, hvilket ofte foregår via medierne (Thompson, 2002: 32-33).

Det femte punkt handler om den skade, som afsløringen kan forvolde. Dog er midlertidige skandaler ikke nødvendigvis skadelige, men der er altid en risiko forbundet med skandaler (Thompson, 2002: 34-35).

Den medierede skandale

Ifølge Thompson blev den medierede skandale opfundet i slutningen af det attende århundrede og starten af det nittende århundrede i takt med nyhedsmediernes opfindelse.¹⁹ Det var oprindeligt journalistikken, der grundlagde fundamentet for po-

¹⁹ I specialets kapitel om "Medierne og Moderniteten" (Thompson) beskriver vi/Thompson hvordan nyhedsmediernes blev opfundet i slutningen af det 18. Århundrede og starten af det 19. Århundrede. Det var nyhedsmediernes opgave at afsløre og opdage de politiske skandaler.

litiske skandaler som medierede begivenheder. Thompson påpeger, at de politiske skandaler der bliver omtalt i medierne, opstår afhængigt af medierne (Thompson, 2002: 64). De er altså resultatet af de medierede kommunikationsformer, og produceres ud fra mediernes udsendte symbolformer (Thompson, 2002: 64). Medieindustrien består, ifølge Thompson, af kommercielle organisationer, der søger at skabe en fortjeneste på nyheder og skandaler for at overleve i branchen. Derfor kan skandaler være en nem måde for medierne at skabe journalistik og indtjening på. På den måde er medierne villige til at skrive langt de fleste historier og brygge videre på en allerede uddebatteret skandale, for at jage den gode skandale og indkomsten af historien (Thompson, 2002: 89).

Thompson påpeger vigtigheden i, at politikerne skal kunne kontrollere deres synlighed overfor deres modtagere. Dog sker der ofte skandaler, hvor denne kontrol ikke er lykket. Thompson siger at: *"Hvor meget politikere end bestræber sig på at kontrollere deres synlighed, kan de aldrig få den fulde magt over den"* (Thompson, 2001: 156-157). Han opstiller fire typer hændelser, der kan ske, når politikere mister kontrollen over deres synlighed; *Bommerten og udbruddet, den fejlslagne medieoptræden, lækagen og skandalen* (Thompson, 2001: 157). Dog skal læseren være opmærksom på, at disse fire typer ikke udgør alle former for negativ medieoptræden, og at den ene type ikke udelukker den anden.

Bommerten og udbruddet er en af de mest sette hændelser. Denne type er udtryk for, at politikerne ikke er i stand til at styre sine følelser, og dermed ude af stand til at kontrollere situationen. Denne type forekommer ofte i hverdagssituationer med social interaktion, og med de moderne samfunds teknologier er det nu muligt at optage bommerten eller udbruddet og dermed afspille det igen og igen for et voksende publikum (Thompson, 2001: 157). Et eksempel på typen af bommert eller udbrud ses, når en leder eller en politiker ikke har styr på det stof de har at gøre med eller hvis de bryder ud i raseri/gråd i det offentlige rum.

Den fejlslagne medieoptræden er en anderledes type i forhold til typen bommerter og udbrud. Politikeren kan have fuld kontrol over situationen, men fejlbedømme hvordan vedkommendes optræden bliver taget imod af publikum (Thompson, 2001: 159). Ved denne type er publikum ikke fysisk til stede, og politikeren kan derfor ikke iagttage deres reaktioner og derved tilpasse sin adfærd hertil (Thompson, 2001: 159).

Lækagen og skandalen kan begge ses som et sammenbrud i forsøget på at håndtere det forhold der er mellem adfærden i henholdsvis facadeområdet og bagsideområdet (Thompson, 2001: 159). Disse typer opstår, når politikeren forsøger at tilbageholde adfærd eller information for publikum. Thompson siger, at lækagen eller skandalen opstår, når den private adfærd bliver *"(...) kastet ud i det offentlige rum og synliggjort for et stort antal modtagere"* (Thompson, 2001: 160).

Lækagen er kendetegnet ved at en insider bevidst afslører eller offentliggør information som skulle holdes privat. Vedkommende ved, at denne information kan medføre konsekvenser hvis informationskilden bliver afsløret, men vælger alligevel at løbe risikoen (Thompson, 2001: 160). Skandalen betegner en række normer, som bliver overskredet, og er ifølge Thompson: *"(...) som regel forbundet med sammenbrud i kontrollen med synligheden i medierne."* (Thompson, 2001: 160).

KAPITEL 3

ANALYSE

Analyse

Dette kapitel indeholder specialets analyse, og har til formål at søge en besvarelse af vores problemformulering:

Hvordan kan politikere, gennem deres selviscenesættelser på Facebook, styre modtagernes indtryk i bestemte retninger, og kan der identificeres nogle særlige kendetegn vedrørende politikeres iscenesættelse på Facebook?

For at finde ud af dette, har vi valgt at inddele analysen i to plan: Den kommunikative begivenhed og kommunikationssituationen. Med den kommunikative begivenhed har vi til hensigt at finde ud af, hvordan politikerne og deres modtagere forvalter sprogligt og symbolsk indhold, samt hvordan de gør brug af mediets muligheder for at interagere. Vi kan i forbindelse med brugernes interaktioner analysere på, hvordan politikernes kommunikation gennem sproglig symbolik kommer til udtryk på vores valgte sociale medie, Facebook. Med kommunikationssituationen bevæger vi os op på et sociologisk plan, hvor vi, på baggrund af den kommunikative begivenhed, ser på, hvordan samhandlingen mellem de interagerende personer foregår i dette virtuelle univers. I forbindelse med kommunikationssituationen vil vi undersøge, hvordan personerne opretholder ansigter overfor deres modtagere på et socialt medie som Facebook, hvor afsender og modtager er adskilte i tid og rum.

Analysen indeholder tre analysedele, og tager udgangspunkt i fem empiriske eksempler, som alle er uddrag fra fem forskellige Facebook-profiler fra fem politikere. De tre analysedele består af: kommunikationsbegivenheden, kommunikationssituationen og skandale-potentiale. De skal tilsammen hjælpe os med at opnå en forståelse af Goffmans teoretiske begreber om ansigts-arbejde. Vi har udvalgt de fem eksempler med det in mente, at vi ved at der er et ansigts-arbejde på spil, samt en indtryks-styring, hvilket vi vil undersøge hvordan kommer til udtryk på baggrund af vores teoretiske fundament.

Vores udvalgte eksempler

Vores empiriske eksempler består af fem udvalgte politikere på Facebook. Fælles for politikerne er, at deres 'ansigter' er truede, og at de forsøger at opretholde deres 'ansigter' overfor modparten. De fire af eksemplerne, Anders Samuelsen, Teis Vestrup, Nina Hygum og Kristian Jensen, er alle bygget op på samme måde, idet de fire politikere er afsendere af et opslag på Facebook. Det sidste eksempel med Thomas Kastrup-Larsen er bygget anderledes op, idet han er modtager af et Facebook-opslag, da han får en henvendelse fra en 'liker' af hans side, som han skal forholde sig til.

Vi har i indledningen valgt at samle de steder hvor vi kan se, at eksemplerne indeholder samme elementer fra teorien. Dette giver en overskuelighed for læseren, og samtidig kan vi i den dybdegående analyse udpensle de mere relevante observationer til at besvare vores problemformulering gennem de tre analysedele.

Kommunikationsbegivenheden er første del af analysen. Her analyserer vi på afsender og modtagers brug af funktioner gennem den visuelle kommunikationsmodel. Analysen sker på baggrund af politikernes brug af storytelling og digital storytelling. Vi vil fokusere på mediets brug af den navigative funktion og kode, samt hvilken relevans disse funktioner har for, hvordan den sociale interaktion udspiller sig gennem kommentarer og 'likes'. Ydermere vil vi se på, hvorledes den

intersemiotiske funktion relaterer sig til, hvordan afsender og modtager benytter sig af symbolsk og visuelt indhold til at understøtte skriftsprogets adfærd. I den kommunikative begivenhed vælger vi at kalde Facebook-sidernes interessenter der 'liker' og kommenterer på politikernes Facebook-opslag for modtagere.

I eksemplerne med Anders Samuelsen, Teis Volstrup, Kristian Jensen og Nina Høgum, fremstår de alle fire som værende både den faktiske og den implicitte afsender af Facebook-opslagene. Den faktiske afsender-funktion fremgår af Facebook's standard-link med ikonet i øverste venstre hjørne, hvor politikernes profilbillede og navn står. Der opstår her en visuel genkendelighed gennem politikernes Facebook-opslag, idet deres profilbilleder og fulde navn kommer til syne når de skriver et opslag. Ydermere kommer også den navigative funktion til udtryk i alle fem udvalgte eksempler. Dette ses når afsender og modtager skaber en digital storytelling, idet Facebooks struktur først og fremmest gør det muligt for modtagerne at interagere i en dialogisk form med politikerne, hvor de har mulighed for at indsætte deres egne links og præge fortællingen i andre retninger.

Selvom de fire første eksempler alle indeholder samme afsender- og modtagerforhold er der alligevel forskel på disse forhold, hvilket vi vil illustrere nedenfor.

Anders Samuelsen benytter sig som afsender af den ekspressive funktion i sit Facebook-opslag, hvilket vi ser kommer til udtryk når han retter henvendelse mod den implicitte konative modtager. Yderligere ser vi, hvordan Anders Samuelsen bruger den ekspressive funktion i sætningerne "virkelig sært" og "smuk forårsdag", som appellerer til modtagernes følelser. Vi ser i eksemplet to former for implicitte modtagere: de, der agerer aktivt og de, der agerer passivt. De aktive implicitte ser vi som værende de, der skriver kommentarer til opslaget, og som herved retter opmærksomhed mod afsenderen, mens den passive implicitte modtager ses som værende følger af politikerens, men som ikke deltager i interaktionen. Vi anser både de aktive og passive som værende implicitte konative modtagere, idet de begge har interesse for politikerens Facebook-side. Den faktiske modtager fremgår af Anders

Samuelsens 'likers' samt personer på de implicitte modtageres Facebook-vennelister, som sekundært følger med via de implicitte modtageres aktiviteter i forhold til den givne politikers Facebook-side.

Teis Volstrup benytter sig som afsender af den implicitte funktion, som knytter sig til den emotive funktion. Dette kendetegnes i teksten ved, at han formidler sin subjektive holdning, men respekterer sin afsenders identitet. Vi ser dette ved, at han taler i en pæn tone, samtidig med at han anonymiserer sin afsender. Han udstiller dermed ikke sin afsender, på samme måde som afsenderen udstiller Teis Volstrup. I eksemplet fremstår modtagerne som værende faktiske og implicit interaktive. At modtagerne er implicit interaktive ses ved, at afsenderen ikke appellerer direkte for at få dem til at handle i forhold til en given sag, men hvor de alligevel vælger at indgå i en interaktion med afsenderen. Dette ses i forhold til deres respons via kommentar-funktionen, samt antallet af 'likes' og delinger af opslaget. Vi må i eksemplet skelne mellem en aktiv og en passiv interaktiv modtager, idet nogle har tilkendegivet opslaget med et 'like', uden at have haft behov for at skrive en kommentar, og forholder sig på denne måde passivt. Andre modtagere har reageret aktivt ved at give Teis Volstrup en skriftlig respons. De afgivne 'likes' udtrykker således et symbolsk indhold, hvor modtagerne kan tilkendegive, at de er enige med afsenderen Teis Volstrup, uden at de behøver at tilføje yderligere kommentarer. Ydermere anerkender Teis Volstrup alle sine modtageres kommentarer med et 'like', hvilket viser at han anerkender kommentarerne.

Kristian Jensen benytter sig af den ekspressive funktion i sit Facebook-opslag, idet hans følelser kommer til udtryk. Dette ses ved hans sprogbrug, idet han bruger ordet "æreskrænkende" to gange i sit opslag. Ydermere benytter han sig af den emotive funktion, idet han forsøger at udtrykke nogle følelser og holdninger hos sine modtagere, for at få dem til at forstå det afgivne budskab; at han ikke finder sig krænkende beskyldninger på sin Facebook-profil. Han ønsker derved at skabe en samhørighed med sine modtagere, og få dem til at dele hans holdninger og følelser med sig. Vi skelner i eksemplet mellem en aktiv og en passiv interaktiv modtager.

Den aktive modtager er de der vælger at kommentere på opslaget og dermed interagere med Teis Volstrup, mens de passive modtager har tilkendegivet opslaget med et 'like', og ikke udfører en direkte interaktion med Teis Volstrup.

Nina Hygum benytter sig af den ekspressive funktion i eksemplet, idet hun benytter sætningerne *"Borgmesteren vil ikke samarbejde med os på trods af Venstres gentagne forsøg, og det synes jeg borgerne fortjener at få at vide"* og *"Jeg går ind for åbenhed frem for alt"*. Hun forsøger herigennem at appellere til modtagernes følelser og forstå det afgivne budskab; at hun har forsøgt at samarbejde med borgmesteren, men han er ikke interesseret. Derigennem forsøger hun at skabe samhørighed med sine modtagere, og ønsker at de deler hendes holdninger og følelser. I eksemplet ses der to former for implicitte modtagere: de, der agerer aktivt og de, der agerer passivt. De aktive implicitte ser vi som værende de, der skriver kommentarer til opslaget, og som herved retter opmærksomhed mod afsenderen, mens den passive implicitte modtager ses som værende følger af politikerens, men som ikke deltager i interaktionen. Vi anser både de aktive og passive som værende implicitte konative modtagere, idet de begge har interesse for politikerens Facebook-side. Den faktiske modtager fremgår af Nina Hygums 'likers' samt personer på de implicitte modtageres Facebook-vennelister, som sekundært følger med via de implicitte modtageres aktiviteter i forhold til Nina Hygums Facebook-side.

Thomas Kastrup-Larsen er modtageren i dette eksempel, som derfor udskiller sig fra de andre eksempler. Vi vælger i Facebook-opslaget at analysere på, hvordan modtagerne giver opbakning til Carmen og Iva, hvilket gør sig adskilt fra de andre analyser, hvor vi ser på politikernes loyalitet gennem deres egne Facebook-opslag. I eksemplet er det Carmen og Iva, som begge er faktiske afsendere af opslaget, hvilket fremgår ved at opslaget er skrevet fra Carmens Facebook-profil, men at Iva's navn er angivet til slut i teksten. Den faktiske afsender er samtidig også den implicitte emotiv afsender af opslaget, hvilket ses ved at de tilkendegiver deres holdninger og følelser. Der ses to former for implicitte modtagere i eksemplet: de, der agerer aktivt og de, der agerer passivt. De aktive implicitte ser vi som værende

de, der skriver kommentarer til opslaget, og som herved retter opmærksomhed mod afsenderen, mens den passive implicitte modtager ses som værende følger af politikerens, men som ikke deltager i interaktionen. Vi anser både de aktive og passive som værende implicitte konative modtagere, idet de begge har interesse for politikerens Facebook-side.

I alle fem eksempler udgør **'produktet'** fra den visuelle kommunikationsmodel, Facebook-opslagene. Vi ønsker derfor ikke at komme yderligere ind på dette i første del af analysen under den visuelle kommunikationsmodel.

I analysen benytter alle politikerne sig af **push** og **pull**-funktionerne. Disse to funktioner knytter sig til digital storytelling, hvor afsenderne selv har mulighed for at bestemme det indhold der bliver publiceret. I push-funktionen forsøger politikerne at skubbe informationer om modtagernes interesser ud til modtagerne. Disse informationer har politikerne forsøgt at tilpasse, så de passer til modtagernes behov for information. Dette sker gennem politikernes Facebook-opslag, hvor modtagerne selv har mulighed for at bestemme hvilke historier de har lyst til at læse.

I push-funktionen vælger politikerne, hvilke historier de ønsker at fremhæve for deres modtagere. Facebook-følgere skal eksponeres for. Har de ikke interesse for et givent emne, kan de ganske enkelt undlade at læse det, 'like' eller kommentere herpå. Gennem pull-funktionen har modtagerne mulighed for at 'like', dele og kommentere Facebook-opslagene, hvilket gør dem i stand til selv at tage stilling til, hvilke oplysninger og historier de ønsker at deres. Push og pull-funktionerne er forskellige former for interaktion, der gør sig gældende når der interageres på internettet og på sociale medier. I eksemplet med Thomas Kastrup-Larsen ses der, hvordan push-funktionen gør sig gældende. En afsender skriver et opslag på hans Facebook-side, og push'er derved information over til Thomas Kastrup-Larsen, som efterfølgende taber kontrollen over situationen. Den manglende kontrol ses, idet han ikke svarer afsenderen tilbage i løbet af kort tid, hvilket hun giver udtryk for, ikke er passende for en borgmester.

Gennem push og pull-funktionerne dannes der såkaldte virtual communities, hvor de der 'liker' og kommenterer på politikernes Facebook-opslag, indgår i et fælles virtuelt fællesskab. Det er her de fem politikere i vores udvalgte eksempler, kan opleve risici for mistolkning i forbindelse med de afgivne budskaber og historier. De modtagere der kommenterer på Facebook-opslagene kan bidrage med nyt indhold til politikernes historier, og politikerne er ikke på forhånd i stand til at vide, om det nye indhold vil påvirke historierne og dermed politikernes image, negativt eller positivt. Denne fremstilling af politikernes image vil vi komme ind på i forbindelse med tredje analysedel om skandale-potentiale, hvor vi vil analysere på, hvordan disse historier påvirker politikernes etos hos deres modtagere, og hvorvidt de er i stand til at rette op på trusler af deres image.

Vi har, som nævnt i metoden, også valgt at benytte os af Malene Charlotte Larsens fire typer af handlingsmuligheder. Disse beskriver de handlinger, som brugere af sociale mediere benytter sig af, når de interagerer indbyrdes online. Disse handlingsmuligheder skal understøtte, hvordan vores fem empiriske eksempler fremstår på Facebook.

De fire af politikerne i de fem empiriske eksempler, benytter sig af den sociale og kontaktskabende handlingsmulighed: de retter direkte henvendelse til sine modtagere på Facebook, og ønsker derved at skabe samhørighed med sine følgere. Dette ses ved, at de fire politikere slår det udvalgte eksempel op på deres offentlige Facebook-profil, og derved ønsker at få respons herpå. De fire politikere ønsker at skabe kontakt til deres 'likers', hvilket ses ved at deres opslag er synlige for andre der har muligheden for at kommentere på Facebook-opslaget, og derved interagere med de fire politikere. Dog er der et enkelt eksempel, som skiller sig ud: eksempel 5 med Thomas Kastrup Larsen. Eksemplet med Thomas Kastrup-Larsen adskiller sig fra de øvrige eksempler, idet afsenderen her er en 'liker' af Facebook-siden. Dermed benytter politikerne sig ikke af den sociale og kontaktskabende handlingsmulighed, men snarere 'likeren'. Dog tager vi udgangspunkt i de fem politikeres selvscenesættelse, hvilket gør, at dette eksempel ikke har relevans i forhold til Malene Charlotte Larsens fire typer af handlingsmuligheder.

Kommunikationssituationen indeholder anden del af analysen. Vi vil her skabe indsigt i, hvordan vores udvalgte politikeres selviscenesættelser ser ud på Facebook. I forbindelse med Meyrowitz' begreb om middle region, kan modtagerne få et kig ind i den kulisse, som politikerne bevæger sig på. Når politikerne er i middle region er de i en position, hvor de er halvt offentlige og halvt private. Vi kan i vores analyse se, at de fem udvalgte eksempler alle er sig i middle region-positionen, hvilket altid gør sig gældende idet politikerne befinder sig i en position der altid er i middle region. Dette ser vi, idet politikerne blander deres private og offentlige sfære ved brugen af deres personlige holdninger i opslagene. Det ses blandt andet i eksemplerne med Anders Samuelsen, Teis Volstrup og Kristian Jensen, hvor de vælger at udstille de personer som har skrevet til dem. De tre politikere er alle blevet kritiseret for deres måde at føre politik på, men vælger at benytte i deres opslag at benytte sig af deres personlige holdning til disse slags opslag fra fremmede. Vi vælger i kommunikationssituationen at kalde de personer der 'liker' og kommenterer politikernes Facebook-opslag for 'publikummer', som knytter sig til Goffmans teori.

Skandale-potentiale, som er analysens tredje del, indeholder en analyse af den politiske skandale som vi kender fra Thompsons teori. Dog opstår der ikke direkte politiske skandaler i de udvalgte eksempler, men snarere et potentiale for en udvikling af en skandale, hvilket vi derfor har valgt at kalde denne. Vi har valgt at inddrage etos-appellen under skandale-potentiale, og ikke under appelformer hvor den egentlig var tiltænkt. Dette har vi valgt at gøre, da etos-appellen har betydning for politikernes opretholdelse af deres troværdighed overfor deres modtagere, hvilket er det som bliver truet under den politiske skandale. Muligheden for en skandalisering i eksemplerne opstår således på baggrund af politikernes trussel på deres etos og troværdighed.

Eksempel 1 - Anders Samuelsen

Den kommunikative begivenhed

Følgende eksempel er interessant for vores undersøgelse, idet der foregår et ansigts-arbejde, som er et af kriterierne for vores valg af eksempel. Eksemplet er et Facebook-opslag, skrevet af Anders Samuelsen (den 20. April 2014). Dette 'ansigts-arbejde' kan vi se ved, at han i opslaget udstiller en anden person, hvilket skaber nogle negative reaktioner fra nogle modtagere, som gør at politikerens føler, at han må slette sit opslag. Eksemplet er et Facebook-opslag, skrevet af Anders Samuelsen (den 20. April 2014). Vi vil i følgende se på, hvordan dette ansigts-arbejde kommer til udtryk i interaktionen mellem afsender og modtager, samt hvordan Anders Samuelsen håndterer situationen for at kunne opretholde sit 'ansigt'. Efterfølgende vil vi, med udgangspunkt i analysen, søge at opnå en forståelse af, hvad det er der sker i samhandlingen mellem afsender og modtager.

Eksemplet omfatter et tekstindhold samt et vedhæftet printscreen af en meddelelse, som han har modtaget fra en ukendt person, samt sit eget svar hertil. Inde i printscreenet har Anders Samuelsen svaret sin modtager med teksten: "*Preben – du skal ikke drikke mere snaps i dag ;-) Go påske!*" I tekstfeltet udenfor printscreenet har Anders Samuelsen skrevet: "*Apropos god tone på Facebook er det virkelig sært, hvad folk – uden at man nogensinde har hørt fra dem før – kan få sig selv til at skrive på en smuk forårsdag*". Han viser således sin korrespondance mellem ham selv og sin afsender. I tekstfeltet knytter han hertil sin personlige holdning; at han finder det underligt at få meddelelser som disse fra folk han ikke kender. Opslaget er efterfølgende blevet fjernet fra politikerens Facebook-side. Følgende vises Anders Samuelsens Facebook-opslag:



Storytelling

I eksemplet formidler Anders Samuelson to fortællinger; den ene fortælling sker i printscreenet, hvor han gengiver fortællingen, som den var i sin virkelige forstand, uden selv at have påvirket historiens forløb. I svaret til sin modtager skriver Anders Samuelson: ”*Preben – du skal ikke drikke mere snaps i dag ;-)* go påske!”. Ved at skrive: ”*du skal ikke drikke mere snaps i dag*” gengiver Anders Samuelson historien som den oprindeligt var, og fortæller derved en shared story. Den anden fortælling sker i tekstfeltet over printscreenet, hvor Anders Samuelson skriver: ”(...) *virkelig sært, hvad folk – uden at man nogensinde har hørt fra dem før – kan få sig selv til at skrive på en smuk forårsdag*”. Anders Samuelson formidler her sin subjektive opfattelse af situationen, hvor hans egen holdning får en central placering, hvilket kommer til syne ved at han skriver ”*virkelig sært*”. Han udtrykker herved, at han finder ’Prebens’ meddelelse udenfor, hvad der kan betragtes som normal adfærd.

En modtager vælger at give sit subjektive syn på Anders Samuelsons handling i kommentar-funktionen, og skaber derved en **digital storytelling**. Han påvirker herved fortællingens forløb ved at dreje historiens vinkel i en anden retning, end hvad Anders Samuelson forsøger at fortælle med sin historie. Denne modtager har

således en anden story-opfattelse, end hvad Anders Samuelsen forsøger at skabe hos modtageren. Følgende vises interaktionen i kommentarfeltet mellem Anders Samuelsen og sin modtager:

FjernAnders Samuelsen Søren Ellegaard: fordi det er underligt hvad pointen er. Her er et andet eksempel:
<http://m.bt.dk/.../hun-er-forfatter-til-bog-om-den-gode...Synes godt om · Svar · 7 · for 23 timer siden>



FjernSøren Ellegaard Come on Anders. Uanset jeg er enig med dig, ER det så reelt værd at give yderligere attention ☐?Synes godt om · Svar · 7 · for 23 timer siden

Niels Emil Naumann Tror ikke nødvendigvis det er alkohol der gav ham den tanke... Der er vist mange ædru mennesker der krummer tæer når du åbner munden.Synes godt om · Svar · 4 · for 22 timer siden

I første kommentar reagerer modtageren på Anders Samuelsens opslag ved at skrive: ”Jeg betragter slige kommentarer som folk, der står på ølkassen, eventuelt efter at have indtaget indholdet først, og udtrykker deres utilfredshed. Og by-all-means, er det desværre nogle gange svært ikke at reagere på. (jeg kan også lade mig provokere en sjælden gang imellem, og fortryder det konsekvent bagefter, hvis det sker)”. Modtageren fortæller herved, at Anders Samuelsens afsender kan have fortrudt at have afsendt meddelelsen, hvis vedkommende i tilfældet har været beruset. Ifølge modtageren bør Anders Samuelsen derfor ikke bringe fortællingen frem i offentligheden. Modtageren skriver desuden: ”Til gengæld i DETTE tilfælde, på en debat/profil side som din / denne – har jeg faktisk større og større tillid til

at du, Anders, har væsentligt bedre ting at bringe til torvs”. Modtageren siger her- ved, at Anders Samuelsen, som politiker, burde have mere relevante ting at benytte sin Facebook-side til end at skrive et opslag af denne karakter. Anders Samuelsen svarer på modtagerens respons ved at skrive: ”fordi det er underligt hvad poin- ten er”, hvortil han knytter et link. Anders Samuelsen fortæller gennem citatet, at han ikke forstår pointen med at skrive en meddelelse som denne til mennesker, der er fremmede. Han forsøger derved at understrege, hvad han mener med sit egen- tlige budskab. Modtageren giver yderligere en respons, hvor han skriver: ”Come on Anders. Uanset jeg er enig med dig, ER det så reelt værd at give yderligere attention”, og understreger derved sin pointe, at Anders Samuelsen bør bruge sin Facebook-side til et andet indhold, end at udstille folk. Af citaterne fremgår det, at modtageren ikke accepterer Anders Samuelsens præmis, og forsøger i stedet at dreje historien i en anden retning, som vender sig mod Anders Samuelsen.

Foruden denne modtager vælger to andre af Anders Samuelsens ’Facebook-likers’ uafhængigt af hinanden at afvise hans pointe, idet de i deres kommentarer påpeger vigtigheden i, at benytte en god tone på Facebook:

Wanda Løhde Synes jeg kan huske en Anders Samuelsen, der for rullende tv kameraer også blev lidt rasende, og sagde en hel del mindre pæntSynes godt om · Svar · for 21 timer siden

Kristoffer Williams det gør dig vel ikke et hak bedre at udstille ham...?Synes godt om · Svar · 1 · for 4 timer siden

Ovenstående er vist tre kommentarer, skrevet af nogle kritiske modtagere. Den første modtager skriver: ”Synes jeg kan huske en Anders Samuelsen, der for rul- lende tv kameraer også blev lidt rasende, og sagde en hel del mindre pænt”. Hun henviser her til en episode, hvor Anders Samuelsen selv har haft en dårlig tone, og hun udtrykker, at han derfor ikke skal udstille en anden person for at gøre det samme. Ligeledes skriver en anden person: ”Det gør dig vel ikke et hak bedre selv at udstille ham”, og fortæller således, at han finder Anders Samuelsen dobbeltmo-

ralsk, fordi han selv udstiller personen. En tredje modtager nævner en kommentar: *”Tror ikke nødvendigvis det er alkohol der giver ham denne tanke... Der er vist mange ædru mennesker der krummer tæer når du åbner munden.”* Modtageren udtrykker herved, at han har forståelse for Anders Samuelsens afsenders handling, da han selv finder Anders Samuelsens adfærd upassende. Kommentarerne er skrevet uafhængigt af hinanden, idet modtagerne ikke henviser til hinanden eller andres indhold. Alligevel deler modtagerne den samme pointe; at Anders Samuelsen er dobbeltmoralsk, fordi han selv udstiller sin afsender.

Der er dog ikke kun knyttet negative kommentarer til Anders Samuelsens Facebook-opslag. Andre modtagere viser ham opbakning gennem positive kommentarer, og forsøger i stedet at bygge videre på hans fortælling, hvilket ses i kommentarerne nedenfor:

Susanne Rieneck Pedersen Altid godt med god tone og god humor, go påske til dig og dine Anders Synes godt om · Svar · 2 · for 9 timer siden

Johan Basse Bergqvist Anders – man kan ikke bære venner med alle, og de underlødige ytringer siger nok mere om afsenderen end im dig. Keep it up! Synes godt om · Svar · for 2 timer siden

I første kommentar skriver en modtager: *”Altid godt med en god tone og god humor, go påske til dig og dine Anders”*, hvorved hun fortæller, at hun synes, at humor og en god tone er vigtigt at benytte sig af på Facebook. Dette indikerer at modtageren bakker op om Anders Samuelsens pointe, og samtidig finder hans indslag humoristisk. En anden modtager skriver: *”Anders – man kan ikke bære venner med alle, og de underlødige ytringer siger nok mere om afsenderen end im dig. Keep it up!”*. Han udtrykker herved, at Anders Samuelsen ikke skal tage de negative kommentarer personligt. Ved at udtrykke sig således, giver han Anders Samuelsen

medhold i sin pointe. Modtagernes respons kan således inddeles i to kategorier; de der finder det forkert, at Anders Samuelson udstiller Preben på denne måde, og de der finder det morsomt og som viser Anders Samuelson opbakning.

Den semiotiske tegnrelation bliver sat i spil, idet Anders Samuelson udtrykker, at det er okay at indsætte et printscreen, hvori han svarer sin modtager i en humoristisk tone. Nogle modtagere viser tilkendegivelse for Anders Samuelsons handling på sin Facebook-væg, mens andre finder opslaget grænseoverskridende. De der finder handlingen grænseoverskridende, forsøger gennem kommentar-feltet at påvirke Anders Samuelson til at korrigere sin adfærd ved at fortælle ham, at han selv udstiller vedkommende på en negativ facon gennem dette opslag. Anders Samuelson forsvarer sig først overfor en modtager ved yderligere at understrege sin pointe samt ved at tilføje et link, der ligeledes underbygger fortællingens kerne, hvilket får modtageren til at understrege i endnu en kommentar, at opslaget er amoralsk. Eftersom at Anders Samuelson senere har valgt at slette opslaget, på trods af andre modtageres medhold, må vi tage i betragtning, at han har lyttet til de få modtagere, der har givet ham modstand, idet han har korrigeret sin adfærd ved at slette opslaget.

Den visuelle kommunikationsmodel

Som nævnt ovenstående, har Anders Samuelson, i sin kommentar til modtageren valgt at indsætte et link til at understøtte sin fortælling, hvilket er muliggjort af mediets **navigative funktion**. Endvidere har Anders Samuelson i sit opslag valgt at 'tage' sin modtager, og han sikrer sig derved at modparten, gennem en notifikation, bliver opmærksom på, at Anders Samuelson har givet ham en respons.

[Fjern Anders Samuelson Søren Ellegaard](#): fordi det er underligt hvad pointen er.
Her er et andet eksempel:
<http://m.bt.dk/.../hun-er-forfatter-til-bog-om-den-gode...Synes godt om · Svar · 7 · for 23 timer siden>

Det fremgår, at opslaget har fået 2.312 'likes', og samtidig er der vist, hvilke personer, der har 'liked' opslaget. I og med at modtagerne har valgt at 'like' Anders Samuelsens Facebook-opslag, tolker vi, at personerne herved viser ham og hans modtagere, at de finder opslagets indhold interessant. Vi må gå ud fra at de personer der har valgt at 'like' opslaget, tilkendegiver Anders Samuelsens ord og handling i situationen.

Pernille Bille Bundgaard og 2.311 andre synes godt om dette

Koden ses i Anders Samuelsens opslag, idet han i sit eget printscreen benytter **den intersemiotiske funktion**. Den intersemiotiske funktion ses i form af en blinkende smiley i forlængelse af teksten: *"Preben – du skal ikke drikke mere snaps i dag ;-) go påske"*, hvilket indikerer, at hans kommentar skal forstås i sjov, og at den er ment i en god tone, trods hans forargelse. At Anders Samuelsen er forarget over den afsendte meddelelses indhold, understreger han i sin tilknyttede tekst ved at skrive: *"virkelig sært, hvad folk - uden at man nogensinde har hørt fra dem før – kan få sig selv til at skrive på en smuk forårsdag"*, hvor han giver udtryk for, at han er forarget over, at folk kan tillade sig at skrive sådan til personer, de ikke kender, og bruger derfor koden 'alvor', til at understrege betydningen af sit budskab i sin tilknyttede tekst, og printscreenet og tekst er således forankret i hinanden. Anders Samuelsen gør desuden brug af **den metakommunikative funktion**, idet han gennem sin tekst inden i printscreenet forsøger at svare tilbage i den samme humoristiske tone, som sin afsender benytter, hvilket indikerer at Anders Samuelsen benytter sig af koden for 'humor'.

Appelformer

I opslaget kommer appelformen **pathos** til udtryk, idet Anders Samuelsen forsøger at vække nogle følelser hos hans modtagere. Dette ses eksempelvis ved at han skriver: *"virkelig sært"* samt *"på en smuk forårsdag"*. Han benytter herved adjek-

tivet ”sært” til at beskrive noget, som er uvant for ham, mens han anvender ordene ”smuk” og ”forårsdag” til at skabe nogle positive stemninger til sine modtagere. Han stiller på denne måde den rare og fornøjelige følelse op imod det ukendte og det fjerne, og forsøger derved at appellere til sine modtagere, at der findes nogle ’brodne kar’ i den ellers komfortable verden. Ved samtidig at anvende den humoristiske tone overfor ’Preben’ viser han, at folk ikke bør tage det personligt og negativt, men holde ’den gode tone’.

Kommunikationssituationen

Gennem analysen af den kommunikative begivenhed fandt vi frem til, at Anders Samuelsen benytter to forskellige koder i sin formidling af budskabet; en hvor han er humoristisk og en hvor han er alvorlig. Samtidig skaber dette nogle reaktioner hos modtagerne ved opslagets kommentar-felt, hvor de deler sig i to lejre; de der bygger videre på Anders Samuelsens fortælling ved at give ham medhold, og de der forsøger at skabe en negativ fortælling om Anders Samuelsen. Vi har dermed kunne se, hvordan modtagerne har brugt deres mulighed for gensidig interaktion til at formidle deres fortællinger, som påvirker Anders Samuelsens selviscenesættelse. Vi så også at opslaget efterfølgende er blevet fjernet fra Facebook som følge af modtagernes negative responser. Næste skridt i analysen er, at forstå, hvilke udtryk han giver og afgiver gennem sin optræden for dermed at finde ud af, hvordan den sociale samhandling udspiller sig.

Udtryk han giver

Gennem sit opslag giver Anders Samuelsen to forskellige udtryk: et humoristisk udtryk og et alvorlig udtryk. Det humoristiske udtryk gør sig gældende i printscreenet, hvor han skriver: ”Preben – du skal ikke drikke mere snaps i dag ;-) go påske”. At han udtrykker sig humoristisk ses ved at han har formuleret sig i en kækt tone, og understøtter det skriftsproglige indhold med en symbolsk cue i form af en blinkende smiley. Han anvender således smileyen som en erstatning for sit virkelige ansigtsudtryk, og skaber herved en dramatisering gennem sin virtuelle optræden.

Det alvorlige udtryk ses ved at han skriver: *"virkelig sært, hvad folk - uden at man nogensinde har hørt fra dem før – kan få sig selv til at skrive på en smuk forårsdag"*. Anders Samuelssens kommentar indikerer herved, at han har følt sig udstillet af en fremmed, fordi vedkommende har skrevet til ham i en nedladende tone.

Udtryk han afgiver

I ovenstående så vi, at Anders Samuelssen havde følt sig krænket af sin afsender, og at han derfor vælger at fortælle det til sine modtagere. Modtagerne, som samtidig er publikummer, opfatter det som, at Anders Samuelssen selv udstiller personen, hvilket giver dem indtrykket at han er dobbeltmoralisk. De mener, at Anders Samuelssen selv udstiller personen, og at vedkommende kan have fortrudt sin handling. Han skaber således en utilsigtet reaktion hos modtagerne, der strider mod hans egen præmis. Det fremgår endvidere af kommentar-feltet, at modtagerne har visse forventninger til, hvordan han som politiker benytter sin Facebook-side. For det første forventer de ikke, at han udstiller sin afsender. For det andet forventer de ikke, at han benytter siden til indhold af denne karakter. Dette tydeliggøres i citatet: *"Til gengæld i DETTE tilfælde, på en debat/profil side som din/denne – har jeg faktisk større og større tillid til at du, Anders, har væsentligt bedre ting at bringe til torvs"*. Ifølge teorien bryder Anders Samuelssen således sine publikummers forventninger til ham i forhold til sin politiske karakter. Der sker således en samhandling, idet modtagerne, gennem kommentar-funktionen, fortæller Anders Samuelssen, at han har udvist en forkert social adfærd i dette tilfælde. De forsøger herved at hjælpe Anders Samuelssen til at få en adfærd, som er acceptabel i forhold til deres virkelighedsopfattelse.

Andre publikummer mener, at Anders Samuelssen med sin handling, lever op til deres forventninger om, hvordan en politiker bør agere i en situation som denne. Dette kommer til udtryk ved at 2.313 personer har 'liked' opslaget, mens flere publikummer roser ham gennem kommentar-feltet. Her udtaler de sig yderligere, at de finder opslaget underholdende, og at det er i orden, at skrive et opslag som dette, selvom at det ikke vedrører politik.

Publikummerne er således delt i to hold: De, der er loyale overfor Anders Samuel- sen gennem deres anerkendelse og hyldest til politikeren, og de der forholder sig kritiske overfor Anders Samuelsens fremtræden, og som ikke er interesseret i at beskytte hans image. Anders Samuel- sen må forsøge også at indhente tillid hos de, der forholder sig kritiske overfor hans adfærd i denne situation, og vælger dermed at lytte til dem.

Skandale-potentiale

Facebook-opslaget har fået 186 kommentarer, hvor Anders Samuel- sen kun giver respons på kommentaren fra sin modtager: ”*Til gengæld i DETTE tilfælde, på en debat/profil side som din / denne – har jeg faktisk større og større tillid til at du, Anders, har væsentligt bedre ting at bringe til torvs*”. Modtageren fremlægger her nogle forventninger, som Anders Samuel- sen må vise, at han kan leve op til gennem sin respons.

I eksemplet ses, hvordan nogle af modtagerne truer Anders Samuelsens etos, idet de misbilliger hans udstilling af ”Preben”. En modtager skriver: ”*Synes jeg kan huske en Anders Samuel- sen, der for rullende tv kameraer også blev lidt rasende, og sagde en del mindre pænt*”, hvilket indikerer, at vedkommende ikke synes det er passende at udstille andre således. Han opsætter derved et scenarie, der vidner om, at Anders Samuel- sen selv har udstillet sig.

Wanda Løhde Synes jeg kan huske en Anders Samuel- sen, der for rullende tv kameraer også blev lidt rasende, og sagde en del mindre pænt
Synes godt om · Svar · for 21 timer siden

Modtagerens svar indikerer, at vedkommende synes, at Anders Samuel- sen handler dobbeltmoral- sk i sin udstilling af afsender. Ifølge Thomp- sons teori om skanda- ler kan denne handling fra modtagers side indikere, at hun udtrykker misbilligelse overfor Anders Samuelsens udstilling af ’Preben’. Ydermere afslører modtageren, at Anders Samuel- sen tidligere har udtrykt sig på samme måde som, han nu udstiller

”Preben” på. En anden modtager, Kristoffier Williams skriver: *”det gør dig vel ikke et hak bedre at udstille ham...?”*, hvilket tyder på, at han er utilfreds med Anders Samuelsens måde at udstille ”Preben” på.

Kristoffer Williams det gør dig vel ikke et hak bedre at udstille ham...?Synes godt om · Svar · 1 · for 4 timer siden

Modtageren truer derved Anders Samuelsens etos, som risikerer en skandalisering af opslaget. Dette ses ud fra den måde, som Kristoffier Williams svarer på, hvor han, ligesom den første modtager, udtrykker, at han finder Anders Samuelsens handling dobbeltmoralisk.

Dog har 2.312 modtagere ’liked’ opslaget, hvilket indikerer, at Anders Samuelsen har et højt derived ethos hos sine modtagere. Han mistede dog sit derived ethos hos den modtager, der valgte at stille sig kritisk overfor, at Anders Samuelsen havde lavet opslaget. Ydermere kan vi se et skandale-potentiale i eksemplet, idet Anders Samuelsen efterfølgende har valgt at slette Facebook-opslaget. Dette sætter i høj grad hans etos på prøve, idet han ikke har formået at stå inde for den misbilligelse, der er kommet af opslaget, og ikke har formået at handle korrekt i forhold til den mistede kontrol over Facebook-opslaget.

Anders Samuelsen har på nuværende tidspunkt 24.196 ’likers’ på sin Facebook-side¹ hvilket viser, at han har et højt initial etos.



1 <https://www.facebook.com/AndersSamuelsenLA>

Ansigts-arbejde

Anders Samuelson giver som nævnt to modsatrettede udtryk gennem sit opslag. Han fortæller for det første, at han er blevet krænket af sin afsender. For det andet kommer Anders Samuelson selv til offentligt at udstille sin afsender ved at han i sit opslag giver to forskellige udtryk, hvilket får Anders Samuelsons udtalelse til at fremstå i en grinagtiggørende facon. Dette får Anders Samuelsons 'likers' til at opfatte Anders Samuelsons handling som dobbeltmoralsk, hvilket gør, at hans fremførelse kommer i ubalance og den dramaturgiske disciplinering brister, han kommer i stedet 'ude af ansigt' overfor sine modtagere. At han er kommet i denne ubalance i sin fremførelse, udtrykker publikum gennem deres responser. Han forsøger at rette op på dette samt redde sit 'ansigt' ved første gang at linke op til en relateret artikel, og derved forsøge at styre sine kritiske modtageres indtryk i en anden retning. Da dette ikke hjælper, vælger han at slette sit opslag. Vi må derfor betragte det som, at Anders Samuelson, efter endnu et forsøg, har indset, at han har udvist en forkert adfærd i forhold til denne hændelse. I henhold til Goffman's teori sker der her et forestillingssammenbrud, hvor Anders Samuelson indser, at han ikke lever op til modtagerens forventning, og må korrigere sin adfærd for at kunne bevare sin loyalitet og til fortsat at kunne forsøge at kontrollere modtagernes indtryk af ham.

Opsamling

I eksemplet ses et 'ansigts-arbejde', idet Anders Samuelson udstiller en person på sin Facebook-profil, som efterfølgende skaber negative reaktioner fra nogle modtagere og fører til, at Anders Samuelson må slette opslaget. I opslaget formidler Anders Samuelson to fortællinger; den ene hvor han gengiver fortællingen som den oprindeligt var, uden selv at have påvirket historiens forløb, og den anden fortælling i tekstfeltet, hvor Anders Samuelson formidler sin subjektive opfattelse af situationen og lader sin egen holdning få en central placering. Han bruger dermed to forskellige koder til at formidle sit budskab.

I eksemplet har modtagerne givet både negative og positive responser, hvilket er muliggjort af den navigative funktion. Vi så her, at de gennem digital storytelling forsøgte at præge budskabet i en anden retning, ved i stedet at fokusere på, at Anders Samuelsen var dobbeltmoralisk. Andre modtagere fortsatte digital storytelling i samme spor, som Anders Samuelsen, og bekræftede ham derved, gennem storytellingen, at han havde handlet korrekt i forhold til deres normer og opfattelser. Der ses her to holdopstillinger; de der er loyale overfor Anders Samuelsen gennem anerkendelse af politikerens, og de der forholder sig kritiske til hans optræden på Facebook. De ,der forholder sig kritiske til opslaget, finder Anders Samuelssens handling for dobbeltmoralisk, hvilket får hans fremførelse i ubalancer og den dramaturgiske disciplin brister. Der sker herved et forestillingssammenbrud, idet Anders Samuelsen indser ,at hans handling var forkert og at han dermed ikke lever op til sine modtageres forventninger. Han må efterfølgende forsøge at korrigere sin adfærd for at oprette sin loyalitet overfor modtagerne og forsøge at kontrollere deres indtryk af ham.

Der ses i Facebook-opslaget to former for respons; de der finder Anders Samuelssens udstilling af 'Preben' forkert, og de der finder opslaget morsomt og viser ham opbakning. Modtagernes fortællinger påvirker Anders Samuelssens selvscenesættelse, idet de har visse forventninger til hans rolle som politiker på Facebook. De forventer at han ikke udstiller personer offentligt og samtidig forventer de at han ikke benytter sin Facebook-side til indhold af denne karakter. Han bryder derved sine modtageres forventninger og virkelighedsopfattelse til ham som politiker.

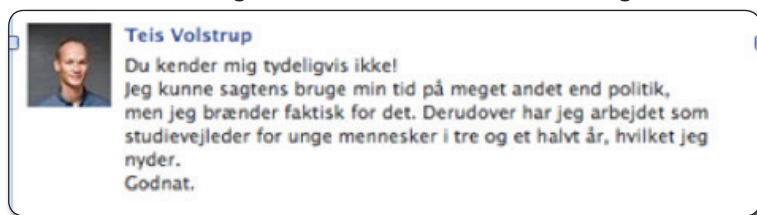
Eksempel 2 (Teis Volstrup)

Den kommunikative begivenhed

Følgende eksempel er interessant, baggrund af det synlige ansigts-arbejde der kommer i spil. Følgende Facebook-opslag er skrevet af politiker Teis Volstrup (14. April 2014). Ansigts-arbejdet kan ses ved Teis Volstrups opslag, hvor han udstiller en person der har skrevet et opslag på hans Facebook-væg. I opslaget ses der

udelukkende positive kommentarer fra Teis Volstrups modtagere, hvilket skaber det førømtalte ansigts-arbejde. I opslaget vil vi se på, hvordan ansigts-arbejdet kommer til udtryk i den foregående interaktion mellem afsender og modtager, samt Teis Volstrups måde at håndtere kritikken fra personen i opslaget på. Vi vil ydermere se på hvordan Teis Volstrups modtagere genopretter Teis Volstrups 'ansigt' efter opslaget.

Eksemplet omfatter et Facebook-opslag, hvor lokalpolitiker Teis Volstrup, har valgt at inddrage et printscreen til at underbygge sit budskab overfor sine modtagere. I printscreenet har Teis Volstrups 'Facebook-likers' talt grimt til ham. Facebook-likeren har skrevet: *"du stiller op fordi du er en latterlig levebrøds-politiker"* og *"Få dig et rigtigt job"*, hvortil Teis Volstrup i en respons nævner, at vedkommende ikke kender ham, og at han derfor ikke kan udtale sig om dette.



I sin tilknyttede tekst skriver Teis Volstrup, at han finder kommentaren ubehagelig, men at han ikke lader sig påvirke af denne slags opslag på sin Facebook-væg, og han begrundet hertil, hvorfor han er i politik.



Storytelling

I eksemplet fortæller Teis Volstrup to fortællinger; den ene foregår i selve opslaget, og den anden foregår i printscreenet, hvor fortællingen fortælles virkelighedstro, idet Teis Volstrup har taget et printscreen og dermed ikke har påvirket historiens forløb, og den anden fortælles i tekst-feltet ud fra Teis Volstrups synspunkt. Han benytter sig af begrebet om 'fortællingen som den formidles', idet opslaget er fortalt ud fra Teis Volstrups opfattelse. Derudover, kan læseren ikke vide sig sikker på, om der skulle eksistere flere kommentarer fra den afsender som Teis Volstrup har sløret,

da han har taget et printscreen af et uddrag af samtalen mellem ham og afsender. Der kan derfor eksistere flere opslag i samtalen, som læseren ikke kan se. Teis Volstrups opslag kan betegnes som en 'shared story', idet printscreenet er noget han har udvalgt, og efterfølgende valgt at dele med sine 'likers' på Facebook. Teis Volstrup skriver i sit opslag: *"Du kender mig tydeligvis ikke! Jeg kunne sagtens bruge min tid på meget andet end politik, men jeg brænder faktisk for det. Derudover har jeg arbejdet som studievejleder for unge mennesker i tre og et halvt år, hvilket jeg nyder. Godnat."* Teksten viser hvordan Teis Volstrup bliver krænket af det svar som han får fra sin modtager, idet han benytter sig af et udråbstegn til at understrege pointen i sin kommentar. Teis Volstrup formidler i sit opslag den subjektive fortælling. Dette ses ved at han skriver: *"Nogle gange møder man ubehagelige kommentarer, når man er politiker. Men jeg lader mig ikke påvirke"*, hvor hans egen holdning bliver formidlet og kommer til udtryk, og derved får en central placering i opslaget.

Modtagerne skaber en **digital storytelling** i opslaget gennem i alt 11 kommentarer. Her bygger de bygger videre på Teis Volstrups fortælling; at det er forkert at udstille fremmede mennesker på Facebook, og bekræfter ham derved i sin handling. Historien følger derved det forløb, som Teis Volstrup har tiltænkt og som han har fortalt historien i.



De 11 kommentarer fortæller alle, at de finder Teis Volstrups handling rigtig. De synes, at hans offentliggørelse af opslaget er passende, og de viser deres støtte hertil gennem deres positivt ladede kommentarer. Dette ses blandt andet gennem kommentarerne: *"Hvis der er nogen der brænder for politik så det godt nok dig. Det har du gjort al den tid jeg har kendt dig 😊 Hilsen din gamle elevråds makker i folkeskolen ;)", "Stærkt gået Teis! Idioter er der nok af. Du gør det godt 😊", "Godt svaret. Syntes du gør et godt stykke arbejde 📄", samt "Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver på nettet, må man tager ansvar for det man skriver...."*





Tue Anders Johansson Stærkt gået Teis! Idioter er der nok af. Du gør det godt 😊

14. april kl. 20:17 · Redigeret · Synes godt om · 🍷 2



Jacob Kjeldgaard Andersen Godt svar. Syntes du gør et godt stykke arbejde 👍

14. april kl. 18:23 · Synes godt om · 🍷 3



Christian Ingemann Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver på nettet, må man tage ansvar for det man skriver ...

14. april kl. 19:07 · Redigeret · Synes godt om · 🍷 6

Den første modtager reagerer på Teis Volstrups opslag ved at skrive: *"Hvis der er nogen der brænder for politik så det godt nok dig. Det har du gjort al den tid jeg har kendt dig 😊"*, hvilket viser at hun understreger Teis Volstrups interesse for politik. Ydermere fortæller hun at hun kender Teis Volstrup privat, idet hun afslutter sit opslag med at skrive: *"Hilsen din gamle elevråds makker i folkeskolen ;)"*. Vi tolker, at hun ser ham som værende en person der er til at stole på, idet hun kender ham privat og han er dermed ikke bare en offentlig person.

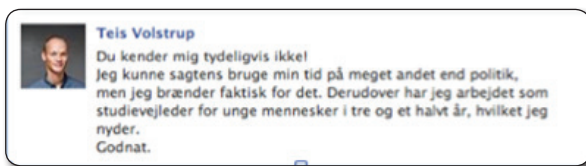
Foruden denne modtager, ses der i opslaget to andre modtager, der viser deres støtte til Teis Volstrup. Dette ses, idet den ene skriver: *"Idioter er der nok af"*, hvilket viser at han er enig med Teis Volstrups udsagn: *"Nogle gange så møder man ubehagelige kommentarer, når man er politiker"*. Ydermere skriver han: *"Du gør det godt 😊"*, hvilket ligeledes ses hos den anden 'liker', som skriver: *"Syntes du gør et godt stykke arbejde 👍"*. De to modtageres kommentarer er skrevet uafhængigt af hinanden, idet de ikke henviser til hinandens kommentarer, men understøtter alligevel hinandens udsagn, og viser den samme pointe i støtten omkring Teis Volstrup.

Ydermere viser en af Teis Volstrups modtagere sin støtte, ved at skrive: *"Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver på nettet, må man tage ansvar for det man skriver..."*. Han udtrykker her, at han finder Teis Volstrups Facebook-opslag

passende, og at han ikke synes, at nogen bør udstille andre offentligt på den måde. Han bruger ”man” i sin sætning, hvilket udtrykker, at han synes, at det generelt er forkert af mennesker på Facebook at skrive negativt om hinanden, og at man skal tage ansvar for det man skriver offentligt. Han påpeger derved, at han finder Teis Volstrups offentliggørelse af opslaget helt korrekt, og at afsenderen af opslaget burde offentliggøres. At modtagerne bekræfter Teis Volstrup i sin handling viser samtidig, at det er lykket ham at skabe en story-opfattelse, der er i overensstemmelse med hans fortællings præmis.



Ovenstående opslag er anvendt i en anden kontekst, end hvad printscreenet indikerer, idet Teis her har brugt printscreenet til at formidle til sine modtagere, at de ikke kan tillade sig at skrive sådanne ting til folk, som de ikke kender. Han har således fokus på sine personlige følelser i forbindelse med, hvad politik kan medbringe, og afskærer sig herved fra at formidle i en politisk kontekst. Et eksempel herpå ses i følgende printscreen:



Teis Volstrup er påvirket af modtagerens opslag, idet han skriver: *"Nogle gange så møder man ubehagelige kommentarer, når man er politiker. Men jeg lader mig ikke påvirke"*. Dette indikerer at Teis har brug for en positiv respons på opslaget, hvilket han får fra sine modtagere der bekræfter ham i handlingen, og der sker således en positiv virkning.

Set ud fra den semiotiske tegnrelation erklærer modtagerne sig enige med Teis Volstrup, og bifalder ham for måden, hvorpå han har tacklet situationen. Modtagerne bekræfter ham således i hans iscenesættelse, og han får et indblik i, hvordan han kan tillade sig at agere i lignende situationer.

Den visuelle kommunikationsmodel

Vi vil i det følgende analysere på afsender og modtagernes brug af funktioner gennem den visuelle kommunikationsmodel. Herigennem vil vi fokusere på brugen af den navigative funktion og kode gennem mediet. Disse to funktioner er, ligesom ovenstående, særligt relevant for eksemplet, idet den navigative funktion giver indblik i, hvordan den sociale adfærd, kommer til udtryk gennem 'likes' og kommentarer i kommentarfeltet. Ydermere inddrages den intersemiotiske funktion, som relaterer sig til, hvordan afsender og modtager benytter symbolsk og visuelt indhold til at understøtte skriftsproget i eksemplet.

Koden ses i eksemplet i forbindelse med Teis Volstrups 'likers'. De benytter sig af **den intersemiotiske funktion**, idet de både bruger smilende smileys, blinkende smileys og ikoner der viser en "thumbs up". Dette indikerer, at de finder Teis Volstrups arbejde som godt og tildeler ham positivitet, som tegn på, at han ikke skal fokusere på det negative, men tværtimod det positive. Teis Volstrup forsøger at svare sin modtager tilbage i samme tone som han har svaret ham, hvilket ses ved den hårde tone i printscreen'et, som understøttes af et udråbstegn. Printscreen'et skal understøtte betydningen af budskabet i den tilknyttede tekst, hvilket dermed forankrer printscreen og tekst i hinanden.

I kontakten gennem mediet er **den navigative funktion** særligt fremtrædende. Dette ses ved at en modtager har delt opslaget med sine Facebook-venner, hvilket det lille ikon indikerer. 1-tallet viser her, at opslaget har været delt én gang. Ligeledes er ikonet med tommelfingeren et udtryk for tilkendegivelser via likes, mens linket "103 personer" angiver antal personer, der har 'liked' opslaget. Hvis modtageren klikker på denne, vil det fremgå, hvem der har tilkendegivet opslaget med et 'like'.

Ifølge den visuelle kommunikationsmodel, bruger Teis Volstrup her printscreenet som **metakommunikativt** til at få modtagerne til at forstå sit budskab. Dette ses ved at han i printscreenet af sin egen kommentar skriver: "*Jeg kunne sagtens bruge min tid på meget andet end politik, men jeg brænder faktisk for det*", hvor han

ifølge den visuelle kommunikationsmodel bruger sin egen tekst i printscreenet til at understøtte sit budskab i den tilknyttede tekst, hvor han skriver: *"er i politik for at gøre en forskel"* og *"jeg lader mig ikke påvirke"*. Han lader således printscreenet være forankret i den tilknyttede tekst.

Appelformer

Teis Volstrup benytter sig af appelformen **pathos**, som ses idet han forsøger at vække følelser hos sine modtagere. Det ses både i hans opslag gennem skriftsproget og gennem printscreen'et, som skal understøtte skriftsproget. Teis Volstrup bruger ordet "Ubehagelige" som skal appellere til modtagerne og vække nogle følelser i dem, idet ordet symboliserer noget der ikke er rart, og som generer Teis Volstrup. Dog tilføjer han: *"Men jeg lader mig ikke påvirke"*, hvilket indikerer, at han står stærkt, og at negative kommentarer ikke påvirker hans humør, samt hans indstilling til at være politiker. Han viser til sine modtagere, at han ikke lader sig påvirke af de negative kommentarer.



Kommunikationssituationen

I analysen af den kommunikative begivenhed, har vi fået indsigt i, hvordan Teis Volstrups publikummer udtrykker sig positivt overfor ham, både som privatperson og som offentlig person. Eksemplet skiller sig derfor ud fra de andre, idet Teis Volstrup i modsætning til de andre politikere, udelukkende har fået positiv respons på sit Facebook-opslag, hvilket viser at publikummerne forholder sig til én historie hvor de giver historien medhold.

Udtryk han giver

Gennem sit Facebook-opslag giver Teis Volstrup udtrykkene at han: *"er i politik for at gøre en forskel"* og at han: *"ikke lader sig påvirke"*. Han bruger således sine sproglige udtryk til at understøtte sit afgivne udtryk; at han er en person, som brænder for politik, hvilket samtidig indikerer den linje, han ønsker at fremføre. Herved forsøger han at skabe et idealiseret billede af sig, at han er en mentalt stærk person, som ikke lader sig nedkæmpe af folks negative kommentarer. Gennem denne idealisering forsøger han at styre sine modtageres indtryk af sig ved bevidst at fremstå som 'den gode og stærke politiker, der gør en forskel', og han prøver herved at få folk til at tro det samme om ham.

Teis Volstrup giver samtidig udtryk for sine manerer, idet han skriver: *"nogle gange så møder man ubehagelige kommentarer, når man er i politik"*. Han udtrykker herved sin moralske opfattelse, at fremmede mennesker, der ikke har kendskab til ham, heller ikke kan tillade sig at skrive sådanne ting til politikere i det offentlige rum.

Udtryk han afgiver

I Facebook-opslaget ses der, hvordan Teis Volstrup afgiver udtrykket, at han er en loyal person, der ikke udstiller personer ved at oplyse deres navn og billede offentligt, på trods af at der her er en afsender der har valgt at udstille Teis Volstrup. Alle Teis Volstrups publikummer finder ham loyal, hvilket fremgår af kom-

mentarerne, og de viser derved tillid til hans rolle som politiker. Ydermere ses det, hvordan samtlige publikummere kan se, at Teis Volstrups virkelighedsopfattelse stemmer overens med deres egne opfattelser af virkeligheden, hvilket blandt andet kommer til udtryk ved kommentarerne: *"Godt svaret"* og *"Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver ting på nettet, må man tage ansvar for det man skriver..."*. Det fremgår derved, at det virkelighedsbillede, som Teis Volstrup fremfører på 'scenen', stemmer overens med det virkelighedsbillede publikummerne kan se udenfor 'scenen', og skaber derved tillid til hans fremførte rolle. I opslaget er der givet 103 'likes', hvilket viser at disse publikummer ligesom de publikummer, der vælger at kommentere, deler Teis Volstrups virkelighedsopfattelse.

Hold

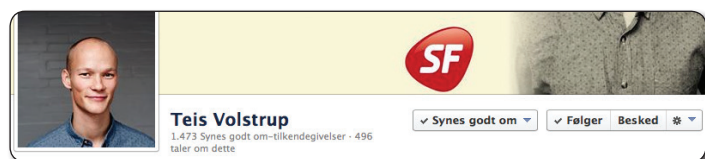
I printscreen'et ses der en kommentar, som er skrevet af Rune Bai Nielsen, som også er fra SF. Dette ses ved hans profilbillede, som har det røde SF mærke nede i højre hjørne. Teis Volstrup og Rune Bai Nielsen danner et hold, idet de har samme overbevisning og samhørighed til politik, da de kommer fra samme parti, og derved er aktive i deres holdopstilling. Ydermere skriver Rune Bai Nielsen: *"ødelæggende for vores demokrati"*, hvor "vores" indikerer det parti som Teis Volstrup og han er en del af, og dermed udgør deres hold.



Rune Bai Nielsen Politikerleden rammer i flæng og er desværre ødelæggende for vores demokrati
14. april kl. 23:31 · Synes godt om

Skandale – potentiale

Teis Volstrup har på nuværende tidspunkt 1.473 'likers' på Facebook², hvilket indikerer, at han ikke er kendt af den bredde gruppe af Facebook-brugere på landsplan, og han har dermed behov for at skabe ekstra positiv opmærksomhed.



Ud af sine 1.473 'likers' er der 103, der har tilkendegivet et "synes godt om" til hans opslag, samt 11 kommentarer som alle er positivt ladet.

Teis Volstrup opnår gennem sit opslag et derived ethos, da hans følgere på Facebook støtter hans kommentarer, og viser deres opbakning gennem antallet af 'likes' og gennem positive svar. Ingen af modtagerne stiller sig kritiske overfor Teis Volstrups håndtering af personen, hvilket ligeledes højner hans etos, og viser, at han har sine modtagere i 'ryggen'. Ydermere viser eksemplet, at alle de modtagere der vælger at kommentere på Teis Volstrups opslag, viser deres støtte til ham. Gennem deres svar indikerer de, at de finder det passende, at Teis Volstrup udstiller den person, der har lavet et negativt opslag på hans Facebook-væg. Dette ses ved kommentarer som: *"Godt svar Theis. Folk skriver de skøreste ting midt om natten", "Hvor er folk dog , havde lyst til at skrive et ord der ikke er stuerent, så dumme!", "Hvis vedkommende har et problem, kan vi tage den udenfor."* og *"Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver på nettet, må man tage ansvar for det man skriver..."*.

2 <https://www.facebook.com/stemteis?fref=ts>



Andreas Albertsen Godt svar Theis. Folk skriver de skøreste ting midt om natten!

14. april kl. 18:28 · Synes godt om · 🍷 5



Lone Schultz Jensen Hvor er folk dog , havde lyst til at skrive et ord der ikke er stuerent, så dumme!

14. april kl. 19:48 · Synes godt om · 🍷 1



Kristian Peter Poulsen Hvis vedkommende har et problem, kan vi tage den udenfor.

15. april kl. 16:48 · Synes godt om · 🍷 1



Christian Ingemann Du skulle ikke have sløret ham. Når msn skriver på nettet, må man tage ansvar for det man skriver ...

14. april kl. 19:07 · Redigeret · Synes godt om · 🍷 6

Hvis Teis Volstrups modtagere udelukkende havde svaret ham negativt og fundet hans udstilling af afsenderen af printscreenet forkert, havde han risikeret en skandalisering. De 11 modtagere, der har valgt at kommentere på Teis Volstrups opslag, samt de 103 ”synes godt om”-tilkendegivelser højner og bevarer derved hans etos overfor sine modtagere.

Gennem kommentarfunktionen fremgår det, at Teis Volstrups modtagere viser anerkendelse, og at de erklærer sig uenige med den implicite afsender, som forsøgte at skade Teis Volstrups troværdighed. Dette ses gennem deres positive responser, hvor de bifalder ham for sin håndtering af hændelsen, ligesom at de bakker ham op i hans moralske overbevisning, at man som fremmede ikke kan tillade sig at handle på denne vis. De bekræfter således Teis Volstrup i hans sociale adfærd og hans moralske overbevisning.

Afsenderen af opslaget til Teis Volstrup, forsøger gennem sit opslag at sætte Teis Volstrups troværdighed på prøve, idet han bliver truet på sin offentlige fremstilling. Dette ses ved at modtageren skriver: ”*levebrøds-politiker*” samt ”*få et rigtigt job*”, som påpeger at modtager ikke synes, at Teis Volstrup gør sit job optimalt.

Ansigts-arbejde

Teis Volstrup viser igennem opslaget dramaturgisk omtanke, idet han forholder sig neutralt og med respekt for sin afsender. Han viser, at han er klar over, at han henvender sig til en ubestemt mængde af modtagere, der har mange forskellige forståelser. Derfor gengiver han historien som den tager sig ud, og bruger den til at understøtte sin personlige fremtræden. Der er således overensstemmelse mellem, hvordan han fremstår gennem sin kommentar i printscreenet og måden, han udtrykker sig på i sin tilknyttede tekst, hvilket betyder, at Teis Volstrup mindsker risikoen for misforståelser fra sine publikummer.

Teis Volstrup benytter sig i forbindelse med sin selviscenesættelse af formen dramaturgiske disciplin, idet han gennem sine udtryk viser, at han er bevidst om, hvordan han vil fremstille sig selv. Dette ses særligt i printscreenet, hvor han taler i en god tone overfor sin afsender, uden at nedgøre ham på samme vis, som han udtrykker, at afsenderen har nedgjort ham, blandt andet ved at kalde Volstrup for ”*levebrøds-politiker*”. Han viser her, at han ikke lader sig rive med af sin afsenders fremførelse, idet han vælger ikke at anvende øgenavne om denne afsender. Teis Volstrup får dermed ingen modstand fra sine publikummer, og opretholder sit ’ansigt’ under hele kommunikationen.

Opsamling

I eksemplet ses et ansigts-arbejde, idet Teis Volstrup udstiller en person. Dog vælger han, at udelade den udstillede persons navn og profilbillede, hvilket udelukkende giver ham positiv respons. Der foregår to fortællinger i opslaget; den ene gengives i sin virkelige forstand i printscreen’et, og den anden fortælles i tekst-feltet ud fra

Teis Volstrups synspunkt. Teis Volstrup formidler i opslaget den subjektive fortælling, som kommer til udtryk gennem hans egne holdninger, som derved får en central placering i opslaget. Der er givet 11 kommentarer fra modtagere, som alle finder Teis Volstrups offentliggørelse af opslaget positivt. Dette viser, at det er lykkedes Teis Volstrup at skabe en story-opfattelse som er i overensstemmelse med hans fortællings præmis. Modtagerne viser deres positive respons ved at forholde sig til én historie og give denne medhold.

Teis Volstrup forsøger i opslaget at skabe et idealiseret billede af sig gennem sine sproglige udtryk. Han forsøger at styre sine modtageres indtryk af sig ved at fremstå som en stærk og loyal politiker, der ikke udstiller personer ved at oplyse deres navn. Modtagerne tildeler Teis Volstrup rollen som politiker, idet han kun har fået positive kommentarer på sit opslag. De giver udtryk for, at Teis Volstrups virkelighedsopfattelse stemmer overens med deres egne opfattelser af virkeligheden. Dette fremgår ved det virkelighedsbillede, som Teis Volstrup fremfører på 'scenen', hvilket skaber tillid til hans fremførte rolle.

I opslaget ses der en kommentar fra en anden politiker fra samme parti som Teis Volstrup. De to politikere danner derved et hold, idet de kommer fra samme parti og er aktive i deres holdopstilling. Teis Volstrup viser i Facebook-opslaget dramaturgisk omtanke, idet han forholder sig neutralt sin afsender grundet respekt for denne. Han bruger sit opslag til at understøtte sin personlige fremtræden ved at gengive historien som den tager sig ud, hvilket skaber overensstemmelse mellem hvordan han fremstår i sin Han forsøger derved at minimere risikoen for misforståelser mellem sig selv og sine modtagere. Han benytter sig af den dramaturgiske disciplin, idet han giver udtryk for, at han er bevidst om, hvordan han vil fremstille sig selv. Han holder den gode tone, og får dermed ingen negative kommentarer fra sine modtagere, hvilket gør, at han opretholder sit 'ansigt' under hele kommunikationen.

Eksempel 3 (Kristian Jensen)

Den kommunikative begivenhed

Følgende eksemplet er valgt, fordi opslaget indebærer et ansigts-arbejde, hvor politikerens 'ansigt' trues uden for Facebook-opslagets kontekst. Opslaget er skrevet af politikerens Kristian Jensen (6. Maj 2014). Dette ansigts-arbejde ses ved, at Kristian Jensen nævner en person, der har skrevet en negativ kommentar på Kristian Jensens debat, og som han efterfølgende har blokeret. Opslaget får delte meninger om Kristian Jensens måde at håndtere opslaget på, hvilket skaber nogle negative reaktioner fra hans 'likers'. Vi vil derfor analysere 'ansigts-arbejdet', som kommer til udtryk i interaktionen mellem Kristian Jensen som afsender og hans 'likers' som modtagere.

Eksemplet omfatter et tekstindhold, hvor Kristian Jensen forklarer, at han har følt sig æreskrænket af en person på sin Facebook-side, og at han derfor har valgt at blokere vedkommende. Han lægger vægt på at fortælle, at det ikke har noget at gøre med vedkommendes politiske overbevisning. Han knytter sin personlige holdning til opslaget, idet han fortæller sine modtagere, at han har følt sig æreskrænket, og af denne grund har valgt at blokere vedkommende der har givet ham denne følelse.



Storytelling

Opslaget viser, at Kristian Jensen i sin formidling benytter sig af storytelling, idet han fortæller om en hændelse, hvor han har handlet imod en modtager, der har provokeret ham gennem hans Facebook-side. Han undlader at fortælle, hvad vedkommende har sagt, men at episoden er sket. Han bruger således storytellingen til at fortælle sine modtagere, at det er forkert at være æreskrænkende overfor andre, og at det har nogle konsekvenser. Gennem modtagernes kommentarer ses det, at der skabes en story-opfattelse hos modtagerne, idet mange af dem udtrykker deres enighed med ham. Mediets teknik muliggør samtidig, at interaktionen kan ses mellem afsender/modtager og modtager/modtager, og at de derved kan interagere med hinanden i en dialogisk form. Dette gør samtidig, at der hos modtagerne udspringer 'små-historier', og de bliver således medfortællere på den overordnede fortælling, som er selve opslaget. Følgende viser et udsnit af disse modtagerorienterede 'små-historier'.



Der skabes gennem kommentar-funktionen en **Digital storytelling**, idet en modtager bidrager til fortællingen ved at spørge Kristian Jensen, om han læser modtager-nes kommentarer, hvortil Kristian Jensen svarer: ”Ja”. En anden modtager vælger her at blande sig i tråden ved at fortælle sin positive oplevelse af Kristian Jensens dialog med modtagerne. Den første modtager, som startede tråden, vælger at gå imod denne modtagers opfattelse ved at fortælle om sin egen negative oplevelse; at han flere gange har forsøgt at få Kristian Jensen i tale. Samtidig linker modtageren op til denne samtale for at påvise overfor den anden modtager, at han taler sandt, og han benytter således pull-strategien til at underbygge sit argument. Hertil svarer Kristian Jensen, at fordi han ikke er ordfører, kan han ikke svare på dette. Kristian

Jensen fortæller her implicit, at han er klar over sagens kerne i henhold til sin modtager. Modtageren svarer ikke herpå, hvilket er et udtryk for, at han accepterer Kristian Jensens svar. Tråden er således et eksempel på, at modtagerne kan vinkle fortællingen i en helt anden retning. I forbindelse med historierne ses det, som nævnt tidligere, at modtagerne kan knytte et 'like' til kommentarerne, hvilket viser, at de giver historierne enkelte bidrag en positiv validering, og viser det interessante i historierne, set i afsender og modtagers perspektiv.

Han benytter sit opslag til at fortælle, at han er glad for sine modtageres interaktioner på siden, men også til at oplyse om, hvilke konsekvenser det medfører, hvis de misbruger hans Facebook-side. Kristian Jensen viser samtidig, at det er en beslutning, han har truffet, og at det ikke er til forhandling, hvilket ses til slut i teksten, hvor han skriver: ”Sådan er det”.

Gennem sit Facebook-opslag, får Kristian Jensen både positive og negative kommentarer på sit opslag. Dog er der flest positive kommentarer, og kun få negative.



I ovenstående printscreen giver en modtager en respons til Kristian Jensen, via kommentar-funktionen. Han viser sin negative holdning overfor Kristian Jensen, og forsøger derved at dreje historiens vinkel i en anden retning, end Kristian Jensen havde tiltænkt. Den første afsender reagerer på Kristian Jensens opslag ved

at påpege, at han tror at Kristian Jensen er bange for, hvilke reaktioner han får på opslaget, og derfor vil slette opslaget hvis der skulle komme negativ respons. Ydermere skriver han: *"godt du har alle dine nyliberale venner"*, hvilket indikerer, modtageren mener, at Kristian Jensen er nødt til at have opbakning før han tør ytre sine holdninger. En anden modtager skriver en modtager: *"Hvordan kan du være uenig! Kender du begrebet 'pli'?: korrekt og høflig opførsel der er udtryk for dannelse, situationsforneemmelse m.m."*, hvilket viser, at han tager Kristian Jensens parti, og derved forsøger at få hans 'historie' tilbage på det spor, som Kristian Jensen havde tiltænkt den. Dette understøttes af en modtagers respons: *"Jens Malmrose, det er dog den dumme kommentar, jeg længe har læst! Forstod du overhovedet, hvad Kr. Jensen skrev?"*. Her hjælper modtageren den anden modtager med at få Kristian Jensens historie tilbage på 'rette spor'. Dette ses blandt andet ved at han skriver "Jens Malmrose", som henvender sig direkte til afsenderen Jens Malmrose, som forsøger at vinkle Kristian Jensens historie i en anden retning end tiltænkt. De to opslag relaterer sig til hinandens indhold, idet de er skrevet i kommentarfeltet under Jens Malmroses kommentar. Dermed er de to kommentarer direkte henvendt til Jens Malmroses negative kommentar til Kristian Jensen. De to modtagere benytter sig begge af direkte henvendelse til Jens Malmrose, idet de stiller ham direkte spørgsmål i kommentarfelterne. Dette ses ved at de skriver: *"Kender du begrebet 'pli'?"* og *"Forstod du overhovedet, hvad Kr. Jensen skrev?"*.



Filip Bauer Spang Hvordan kan du være uenig! Kender du begrebet "pli"? : korrekt og høflig opførsel der er udtryk for dannelse, situationsforneemmelse m.m.
Synes godt om · 👍 10 · 6. maj kl. 15:47



Poul Mandrup Hansen Jens Malmrose, det er dog den dumme kommentar, jeg længe har læst! Forstod du overhovedet, hvad Kr. Jensen skrev?
Synes godt om · 👍 13 · 6. maj kl. 16:46

Den øverste kommentar henvender sig ved at skrive ”du” to gange i den kommentarfunktion der er under Jens Malmmoses kommentar. I den anden kommentar skriver en modtager en andens modtagers navn, og henviser derved direkte til denne person. Gennem disse to kommentarer udtrykker modtagerne, at de finder Jens Malmmoses kommentar til Kristian Jensen upassende og uden forståelse og empati.

Andre modtagere forsøger at bygge videre på Kristian Jensens fortælling, ved at støtte ham i hans Facebook-opslag:



Jonas Dalsgaard Krøyer Sig fra ..! Flot

Synes godt om · Svar · 1 · 6. maj kl. 15:13



Søren Haubjerg Respekt Kristian og fedt at du redegør for det. Det er stil. Klasse 👍

Synes godt om · Svar · 1 · 6. maj kl. 18:13



Henrik Lind Jørgensen I modsætning til Astrid Krag, der indtil for nylig ikke forstod, at Facebook kræver dialog, så involverer Kristian Jensen sig. Det er også derfor jeg tigger og beder til, at den næste V-regering ikke bliver lige så selvfyldt som den sidste.

Synes godt om · 3 · 6. maj kl. 21:24

Den første modtager skriver: ”Sig fra..! Flot”, hvilket viser at vedkommende bakker op omkring Kristian Jensens pointe i, at Kristian Jensen ikke behøver finde sig i negativitet på sin Facebook-side, og at det er helt i orden at han har valgt at blokere vedkommende. Anden kommentar bakker op omkring Kristian Jensen, idet han skriver: ”Respekt Kristian og fedt at du redegør for det. Det er stil. Klasse 👍”. Modtagerens kommentar indikerer, at han finder det respektfuldt at Kristian Jensen argumenterer for sin redegørelse for, hvorfor han blokerer nogle personer på Facebook.

I opslaget ses brugen af den navigative funktion, idet Kristian Jensens Facebook-side omfatter 8.510 'likers'. Heraf har 738 'liked' opslaget, én person har foretaget en deling og ialt 56 modtagere har skrevet kommentarer til opslaget samt interne responser til andre kommentarer. Der ses desuden en stor aktivitet i forhold til 'likes', som er knyttet til de enkelte kommentarer. I dette opslag fremgår det, at modtagernes kommunikation ikke kun knytter sig som respons til opslaget, men at både afsender og andre modtagere kan knytte responser til andre kommentarer. Dette ses i følgende printscreen af kommentar-funktionen:

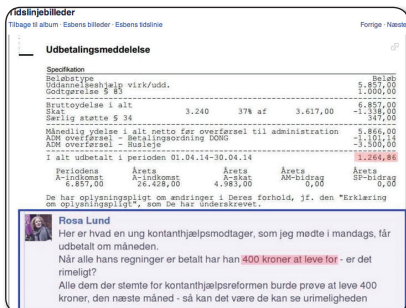


I printscreenet vises det, at der til de enkelte kommentarer, er knyttet en respons. Hvis der klikkes på ikonet, der påviser antal svar, kan brugerne gå direkte ind og se, hvad der er skrevet til de forskellige kommentarer. Dette påviser, at der til et opslag kan knytte sig flere forskellige 'tråde', som er inddelt efter samtalerne indhold og underordnede kontekster. I opslaget ses det blandt andet, at Kristian Jensen selv har givet respons til to modtagere, der har kommenteret på hans opslag.

Sættes Kristian Jensens opslag ind i en **semiotisk tegnrelation**, fremgår det, at Kristian Jensen har forståelsen, at det er vigtigt at oplyse sine modtagere, i de øjeblikke han må blokere en person fra sin Facebook-side. Dette lader han komme til udtryk gennem sit Facebook-opslag, hvor han giver en forklaring på, hvorfor han har blokeret personen. Gennem kommentarfelterne ses det at flere modtagere anerkender Kristian Jensen for at have blokeret personen i denne situation, men også for at have formidlet blokeringen til dem. De bekræfter herved Kristian Jensen i, at han har foretaget en korrekt handling i forhold til sin selvscenestættelse.

Den visuelle kommunikationsmodel

Gennem mediet Facebook, er der gjort brug af **den navigative funktion**. I forhold til kommunikationen mellem afsender og modtager, gør dette sig særligt gældende i kommentarfunktionen, hvor begge parter har 'tagget' navne, hvilket gør at de implicerede modtagere får notifikationer om, at de er blevet 'tagget' i et opslag, og er således opmærksomme på, at de har fået responser fra modparten. Desuden vælger en modtager at benytte sig af den navigative funktion, idet vedkommende har indsat et link, hvormed han henviser til et billede på sin egen Facebook-side:



Opslaget skal ses i en indirekte kontekst af, at mange personer har en dårlig social adfærd på de sociale medier. Gennem sit opslag fortæller Kristian Jensen, at han ikke accepterer ukorrekt adfærd på hans Facebook-side, og at der følger en konsekvens. Kristian Jensen henviser således ikke direkte til andre lignende sager. Kristian Jensen benytter 'like-funktionen' til at påskønne, at hans modtager har givet ham denne respons.

I nedenstående citat 'tagger' Kristian Jensen den modtager som forholdt sig negativt til politikerens. Derved henvender Kristian Jensen sig direkte til den ene modtager og svarer ham direkte.



 **Kristian R. Hansen** Læser du kommentarerne her?
Synes godt om · 3 · 6. maj kl. 15:48

 **Kristian Jensen** Ja
Synes godt om · 14 · 6. maj kl. 16:09

 **Henrik Lind Jørgensen** I modsætning til Astrid Krag, der indtil for nylig ikke forstod, at Facebook kræver dialog, så involverer Kristian Jensen sig. Det er også derfor jeg tigger og beder til, at den næste V-regering ikke bliver lige så selvfyldt som den sidste.
Synes godt om · 3 · 6. maj kl. 21:24

 **Kristian R. Hansen** Henrik, jeg er glad for, at høre at du har en god oplevelse. Min oplevelse er desværre, at mange politikere (og virksomheder for den sags skyld) alene bruger sociale medier som megafon, som en-vejs kampagnekanon. Nogle politikere har endda slået kommentarer fra, og så undgår man jo at blive modsagt. Jeg har sådan set en vis forståelse for, at når man får 227 kommentarer, kan det være svært at give hver enkelt et fyldestgørende svar. Men i længden er det jo trættende bare at råbe i munden på hinanden – jeg er i hvert fald for en stund stået af. Dialog er nøgleordet. Og den politiker, der formår at indgå i en dialog med sine vælgere kan måske få nuanceret sit verdensbillede og i samarbejde udvikle ny politik. Jeg skal prøve at lægge mærke til om Kristian Jensen involverer sig mere end andre – må tilstå at jeg ikke hver gang får scrollet alle kommentarerne igennem. Jeg har flere gange forsøgt at få Kristian Jensen i tale, både ved direkte skriftlig henvendelse og på Facebook, fx i denne tråd: <https://da-dk.facebook.com/kristianjensen.venstre/posts/652609828122659> – måske lykkes det denne gang 😊
Synes godt om · 6. maj kl. 21:52 · Redigeret

 **Kristian Jensen** Kristian R. Hansen Jeg er ikke ordfører på det spørgsmål, som du bliver ved med at stille mig. Derfor kan jeg ikke sige noget nyt. Men jeg kan gentage svaret: Du må kontakte Venstres ordfører for vores holdning, eller Mette Frederiksen, hvis du skal have en forklaring på regeringens begrundelser for deres forslag.
Synes godt om · 2 · I går kl. 07:46

For at påvise, at modtagerne har forstået Kristian Jensens budskab benytter de sig af i koden **den intersemiotiske tegnfunktion**, hvilket kommer til syne gennem deres brug af humørikoner.

 **Lis Thyra** Uenig eller ej. Folk skal opføre sig ordenligt i FB sprog 🗑️🗑️
Synes godt om · Svar · 1 · 6. maj kl. 15:56



Søren Haubjerg Respekt Kristian og fedt at du redegør for det. Det er stil. Klasse👍

Synes godt om · Svar · 👍 1 · 6. maj kl. 18:13

En modtager vælger at indsætte to humørikoner efter hinanden, hvor indholdet er en blyant på et papir. Dette ikon kan være et udtryk for det skrevne sprog på de sociale medier, hvor afsender og modtager ikke interagerer i samme rum. Hun benytter således det symbolske indhold til at understøtte sit imperative påbud at: *"Folk skal opføre sig ordentligt i FB sprog"* (FB er her en forkortelse af Facebook). Hun benytter således ikonet til at understøtte, at Facebook-sprog er et skrevet sprog. En anden modtager har valgt at benytte et ikon med en tommelfinger, der vender op, hvilket til forveksling ligner ikonet 'like'. Andre modtagere ved derfor, at hvis personen anvender dette ikon, er det fordi, at han 'synes godt om' Kristian Jensens handling. Også her er ikonet placeret i forlængelse af teksten; *"Respekt Kristian og fedt at du redegør for det. Det er stil. Klasse"*, hvilket er et udtryk for at ikonet understøtter den skrevne tekst. Kristian Jensen gør også selv brug af den intersemiotiske funktion, som muliggøres via mediet, idet vedkommende ved, at de viser tilkendegivelse, hvis de klikker på ikonet 'like'. Samtidig tilfører 'like' her en ekstra betydning i forhold til de enkelte kommentarer og til selve opslaget. 'liked' kan betegnes som intersemiotisk, fordi det viser en tommelfinger, der vender op ad, hvilket kendes fra udtrykket 'Thumbs up', og som indikerer at noget er godt.



Søren Haubjerg Kristian Jensen synes godt om dette. du redegør for det.

Synes godt om · Svar · 👍 1 · 6. maj kl. 18:13



Jens Malmlose Pivskid. Gad vide om det bliver slettet, spændende:) godt du har alle dine nyliberale venner. Klap dig selv på skulderen:)

Synes godt om · Svar · 1 · 6. maj kl. 15:40

I ovenstående eksempel benytter Jens Malmlose sig af to smileys, som i dette tilfælde ikke skal forstås som værende positive. Normalt bruges smiley-ikonet til at vise et smil, men i dette tilfælde benytter modtageren smiley's i forbindelse med ironi, hvilket ses da hele opslaget er negativt ladet og udstiller Kristian Jensen.

Appelformer

Kristian Jensens opslag er i særlig grad præget af **pathos**, idet han bruger opslaget til at give udtryk for sine subjektive følelser. Dette ses ved at han skriver: *"jeg er absolut ikke glad for det", "jeg nyder, at der er en livlig politisk debat her på siden"* samt *"Men når der bliver fremsat æreskrænkende påstande mod en navngiven 3-person på min side, og man ikke vil fjerne de æreskrænkende anklager, så smider jeg folk af"*. Han benytter således følelsesladede ord som *"nyder"*, *"ikke glad"*, og *"æreskrænkende"* til at understøtte sin argumentation. Kristian Jensen bruger her ordet *"nyder"* til at vise sin tilfredshed med modtagernes aktivitet på hans Facebook-side, mens han bruger ordene *"ikke glad"* og *"æreskrænkende"*, når han henviser til personer, der udviser en uacceptabel adfærd på siden. Han bruger derfor ordene til at stille det gode op imod det dårlige, og skaber på denne måde en balance i teksten. Kristian Jensen anvender desuden logos appellen i sidstnævnte udtalelse ved at give udtryk for kendsgerningen.

Kommunikationssituationen

Gennem analysen af den kommunikative begivenhed er vi kommet frem til at Kristian Jensen, gennem sit Facebook-opslag skaber en fortælling om, at han ikke finder det passende at personer udstiller ham offentligt. Dette skaber to former for reaktioner fra publikummerne, hvilket ses ved opslagets kommentar-felt. De to former for reaktioner ses ved de publikummer der giver ham medhold i hans fortælling og derved svarer positivt og de der forsøger at skabe en negativ historie om ham. Gennem opslaget kan vi se hvordan publikummerne har brugt deres mulighed for gensidig interaktion til at formidle deres fortællinger, som påvirker Kristian Jensens selviscenesættelse. I kommunikationssituationen ønsker vi derfor at forstå hvilke aftryk som Kristian Jensen henholdsvis giver og afgiver gennem sin optræden til at opnå en forståelse af, hvordan den sociale samhandling udspiller sig.

Udtryk Kristian Jensen giver

Ved at modtageren stiller det validerende spørgsmål: *"Læser du kommentarerne her?"*, påtager modtageren sig en selvmodsigende rolle som agent. Herved forsøger modtageren, at kontrollere, om Kristian Jensens formidlede udtryk gennem optræden stemmer overens med sin egen og eventuelt andre modtageres opfattelser af ham. En anden modtager blander sig i diskussionen ved at udtrykke, at han kun har haft positive oplevelser af Kristian Jensens ageren på Facebook-siden, og forsøger derved at beskytte Kristian Jensen i den kritiske situation, han kan være på vej ud i. Modtageren bekræfter samtidig, at der er overensstemmelse mellem denne optræden og modtagernes opfattelser heraf. Det viser sig gennem kommentarerne på Facebook, at størstedelen af publikummerne påskønner Kristian Jensen for sin behandling og formidling af sagen. De viser herved at de finder ham loyal overfor.

Kristian Jensen viser gennem opslaget sin linje, hvilket ses ved at han først og fremmest er politisk aktiv, men også at han er en person, der ikke accepterer amoralsk opførsel på sin Facebook-side. Han viser yderligere, at han har handlet i overens-

stemmelse med sin linje ved at vise, at det allerede har fået en konsekvens for en person. Denne linje giver han udtryk for ved at skrive: *"Men når der er fremsat æreskrænkende påstande mod en 3-navngiven person på min side, og man ikke vil fjerne de æreskrænkende anklager, så smider jeg folk af"*. Gennem citatet fortæller han således, at han ikke accepterer æreskrænkelser på sin Facebook-side, og at det har en konsekvens. Han giver her udtryk for, at han er en person, der holder øje med sine modtageres aktivitet på sin Facebook-side, og at han således ikke er ligeglad. Han udtrykker desuden: *"jeg nyder, at der er en livlig politisk debat her på siden"*, hvormed han afgiver udtrykket, at han brænder for politik, og at han er begejstret for, at sine modtagere også gør det.

Ved at formidle hændelsen til sine modtagere samt at fortælle, at han holder øje med sin Facebook-side, forsøger Kristian Jensen at styre sine modtageres indtryk i retning af, at han er en loyal politiker, som formidler sagen til sine modtagere, når han eksempelvis må blokere en person fra sin side, hvor han samtidig viser, at han ikke accepterer disse æreskrænkelser. Ved at formidle sine modtagere herom viser han ærlighed og loyalitet overfor sine modtagere, og forsøger samtidig at undgå negativ omtale og potentielt opstående skandaler. Han gør herved brug af forsvarsmekanismen, dramaturgisk omtanke, fordi han ikke blot blokerer vedkommende fra sin Facebook-side, men han viser sine andre modtagere, at han er ansvarlig for den handling, han har foretaget. Kristian Jensen benytter samtidig dramaturgisk omtanke, hvilket kommer til udtryk i kommentarfeltet, hvor en modtager stiller sig kritisk overfor Kristian Jensens troværdighed. Dette ses ved at vedkommende stiller ham spørgsmålet: *"Læser du kommentarerne her?"*, hvortil Kristian Jensen svarer *"ja"*. Herefter linker modtageren op til et Facebook-opslag, der viser, at modtageren forgæves har forsøgt at få svar fra Kristian Jensen. Kristian Jensen svarer hertil: *"Jeg er ikke ordfører på det spørgsmål, du bliver ved med at stille mig"*, og udtrykker herved, at han ikke har kendskab til området, idet han ikke er ordfører herpå. Selvom modtageren fører Kristian Jensen i en middle region, idet han inddrager noget fra en helt anden kontekst, tager Kristian Jensen imod spørgsmålet, og giver

ham en velbegrundet og gyldig forklaring. Han viser hermed, gennem sin begrundelse, at han er påpasselig, idet han ikke udtrykker følelser, og samtidig tager han udfordringen, at give sin modtager det svar, han kræver.

Udtryk Kristian Jensen afgiver

At modtageren stiller det validerende spørgsmål: *"Læser du kommentarerne her?"*, placerer modtageren sig i en iagttagende position, hvilket indikerer, at han har påtaget sig en selvmodsigende rolle som agent. Herved forsøger modtageren at kontrollere, om Kristian Jensens formidlede udtryk gennem optræden stemmer overens med sin egen og eventuelt andre modtageres opfattelser af ham. En anden modtager blander sig i diskussionen ved at udtrykke, at han kun har haft positive oplevelser af Kristian Jensens ageren på Facebook-siden, og forsøger derved at beskytte Kristian Jensen i den kritiske situation, han kan være på vej ud i. Dermed undgår Kristian Jensen en skandalisering af situationen, hvilket ifølge Thompson, gør at situationen ikke bliver misbilliget og fordømt. Modtageren bekræfter samtidig, at der er overensstemmelse mellem denne optræden og modtagernes opfattelser heraf. Det viser sig gennem kommentarerne på Facebook, at størstedelen af publikummerne påskønner Kristian Jensen for sin behandling og formidling af sagen. De viser herved at de finder ham loyal overfor.

Ansigts-arbejde

Kristian Jensen viser gennem sine responser, at han er påpasselig, idet han ikke udtrykker følelser, og samtidig tager han udfordringen, at give sin modtager det svar, han kræver. Han gør herved brug af forsvarsmekanismen, dramaturgisk omtanke, fordi han ikke blot blokerer vedkommende fra sin Facebook-side, men han viser sine andre modtagere, at han er ansvarlig for den handling, han har foretaget. Kristian Jensen benytter samtidig dramaturgisk omtanke, hvilket kommer til udtryk i kommentarfeltet, hvor en modtager stiller sig kritisk overfor Kristian Jensens troværdighed. Dette ses ved at vedkommende stiller ham spørgsmålet: *"Læser du kommentarerne her?"*, hvortil Kristian Jensen svarer *"ja"*. Herefter linker modtageren op til et Facebook-opslag, der viser, at modtageren forgæves har forsøgt at få

svar fra Kristian Jensen. Kristian Jensen svarer hertil: *"Jeg er ikke ordfører på det spørgsmål, du bliver ved med at stille mig"*, og udtrykker herved, at han ikke har kendskab til området, idet han ikke er ordfører herpå.

Skandale-potentiale

Idet 736 har 'liked' opslaget, én har foretaget en deling og mange af modtagerne har givet positive responser samt vist anerkendelse, indikerer det, at Kristian Jensen har et højt derived ethos hos sine modtagere i forhold til den handling, han har foretaget samt sin formidling af handlingen til sine modtagere. Vi kan dog ikke være sikre på, hvilken kontekst som delingen er foretaget i, og derfor kender vi ikke konteksten hvori den er blevet brugt. Opslaget kan være delt som et opslag med positiv værdi eller et opslag med negativ værdi.

Kristian Jensen har på nuværende tidspunkt 8.510 'likers', hvilket indikerer, at han har et højt initial etos.³



Det skal dog også tages i betragtning, at vi ikke kan vide os sikre på, at disse 'likere' i virkeligheden bryder sig om Kristian Jensen, men at de følger med på hans side, fordi de har interesse i, hvad der sker i politik på de sociale medier.

I en kommentar til Kristian Jensens Facebook-opslag ses der, at modtageren, René Hakon stiller sig kritisk overfor Kristian Jensens troværdighed. Dette ses ved, at han i sin tråd spørger: *"Står du bag alle de Associale reformer???"* efterfulgt af et link,

³ <https://www.facebook.com/kristianjensen.venstre>

der understøtter modtagerens egen overbevisning. Dermed forsøger modtager at udstille Kristian Jensen gennem spørgsmålet og linket. Dette indikerer et skandalepotentiale, idet modtageren misbilliger Kristian Jensens handling og truer dermed hans etos.

Kristian Jensen giver hertil udtryk for sin troværdighed overfor sine 'likers' ved at svare: "ja". Han påpeger derved, at han troligt følger med i de kommunikationsdialoger, der opstår på baggrund af Facebook-opslaget. En anden modtager forsøger her at højne Kristian Jensens etos ved at forsvare ham overfor den førstnævnte modtager, hvilket ses ved at han skriver: *"I modsætning til Astrid Krag (...), så involverer Kristian Jensen sig"*.

Fordi Kristian Jensen vælger at svare på modtagerens spørgsmål: *"Læser du kommentarerne her?"* med kommentaren: "ja", undgår han muligheden for en skandalisering af situationen. Dog viser nedenstående eksempel, hvor en modtager skriver: *"Pivskid. Gad vide om det bliver slettet, spændende☺ godt du har alle dine nyliberale venner. Klap dig selv på skulderen☺"*, at modtageren misbilliger Kristian Jensens svar, hvilket udgør en skandalisering af netop denne kommentar. Dette ses ved, at modtageren Jens Malmose misbilliger handlingen fra Kristian Jensens side, og dermed sætter Kristian Jensens etos på prøve.

Opsamling

Kristian Jensen benytter sig af storytelling, idet han gengiver en hændelse, hvor han har reageret på en modtagers negative respons på hans Facebook-væg. Han bruger storytellingen til at fortælle sine modtagere, at denne handling er forkert og at det har konsekvenser. Nogle af modtagerne skaber derved en story-opfattelse, idet de udtrykker deres enighed med ham.

I opslaget får Kristian Jensen både positive og negative kommentarer. Dog bærer opslaget præg af flest positive. Opslaget bærer desuden præg af kommunikation i kommunikation, idet modtagerne interagerer med hinanden i selve opslaget og tilføjer kommentarer til de andre modtageres kommentarer.

Kristian Jensen forsøger i opslaget at styre sine modtageres indtryk i retning af, at han er en loyal politiker, som formidler sin sag til sine modtagere, når han eksempelvis må blokere en person fra sin side. Han formidler her hændelsen til sine modtagere, ved at fortælle at han holder øje med sin Facebook-side. Gennem denne formidling viser Kristian Jensen sine modtager at han er ærlig og loyal overfor dem og forsøger at undgå negativ omtale. Han gør brug af forsvarsmekanismen dramaturgisk omtanke, idet han blokerer personen fra sin Facebook-side og viser, at han er ansvarlig for denne handling.

Eksempel 4 - Nina Hygum

Den kommunikative begivenhed

Følgende eksempel er interessant, idet flere modtagere truer politikerens 'ansigt' i offentligt forum, trods at hun gennem sit opslag forsøger at udstråle åbenhed og loyalitet overfor sine modtagere. Facebook-opslaget er skrevet af Nina Hygum (den 19. september 2013). Opslaget har fået 'likes', men kun én forsøger at hjælpe politikerens. Vi vil derfor se på, hvordan politikerens sætter sig i scene overfor disse modtagere i sit forsøg på at opretholde ansigt.

I Eksemplet fortæller Nina Hygum, at hun gennem den lokale TV-nyhedsudsendelse dagen forinden havde udtalt sig om sin lokalforenings overvejelser i forbindelse med det kommende kommunalvalg. Hun fortæller, at de flere gange forgæves har forsøgt at samarbejde med deres borgmester.

 **Nina Hygum** delte et link.
19. september 2013

Igår udtalte jeg mig til TV Midt/Vest om Venstres overvejelser i forhold til den fremtidige konstituering efter valget i november, hvis vores valgforbund med Dansk Folkeparti og Liberal Alliance ikke opnår 16 mandater. Borgmesteren vil ikke samarbejde med os på trods af Venstres gentagne forsøg, og det synes jeg borgerne fortjener at få at vide. Jeg går ind for åbenhed frem for alt.



Ballade hos de borgerlige
www.tvmidtvest.dk

Synes godt om · Tilføj kommentar · Del 14 10 1

Mia Josiassen og 13 andre synes godt om dette.

 **Jens Peter Hansen** Ligner et mønster - i Randers lykkedes det os ikke trods gentagne forsøg at snakke budget med Konservative (de endte med at støtte S i et yderst smalt budget forlig) og V & K har alene indgået teknisk valgforbund.
19. september 2013 kl. 14:43 · Synes godt om

 **Pelle Pedersen** Jeg forstår ikke, at du og venstre ikke går 100% efter at sørge for, at Søren Pape får 4 år mere i stolen. Jeg kan da se, at der bliver lavet budgetforlig og alt muligt med jer som deltagere, så lidt dialog må der være.
19. september 2013 kl. 15:07 · Synes godt om

 **Pia Møller** Jeg forstår ikke din handling. !
19. september 2013 kl. 16:28 · Synes godt om

 **Pia Møller** Det er en amatør handling. . og du smider gode borgerlige stemmer væk på tøsefnidder..Pinligt.
19. september 2013 kl. 16:33 · Redigeret · Synes godt om

 **Nina Hygum** Det handler om, hvilken politik der skal føres efter næste valg - og ikke primært hvem, der skal have borgmesterkæden. Jeg beklager din holdning, Pia, men vi har jo netop forsøgt at få en dialog om et politisk samarbejde efter næste valg - også mellem K og V.
19. september 2013 kl. 18:15 · Synes godt om

 **Pia Møller** Det handler om pli. ! og du tabte på åben lokal tv.
19. september 2013 kl. 18:26 · Synes godt om

 **Pia Møller** Søren Pape Poulsen er Borgmester. . Du er kandidat dertil. Du svinger samarbejde på åben skærm, - selvom i burde stå sammen. Du skaber balladen.
19. september 2013 kl. 18:37 · Synes godt om · 1

 **Jørgen Thomsen** Man skal ikke samarbejde for enhver pris , godt der endelig er en fra Venstre der har forstået det .
19. september 2013 kl. 19:02 · Synes godt om · 2

 **Lene Nørgaard** Skjulte dagsordner skaber tøsefnidder. Åbenhed og ærlighed skaber gennemsigtighed 😊
19. september 2013 kl. 21:09 · Synes godt om

 **Ella Fisker** Jeg er konservativ, og er dybt skuffet over, at et personligt ønske, hos en konservativ, om at bære borgmesterkæden og være frontfigur. I den grad førte til et vælgersvigt. Man stemmer ikke borgerligt for at ende i en rød "regering". Jeg bor i en anden kommune nu, men ejer heldigvis en lejlighed i Viborg, så for en kort bemærkning bliver min adresse flyttet. Jeg vil være med til at stemme den nuværende alliance ud i mørket. Her hvor jeg bor nu, har vi en konservativ borgmester. Han må undvære min stemme. Men det kan han også sagtens, for han er dygtig. God vind Nina Hygum
20. september 2013 kl. 05:31 · Synes godt om · 3

Storytelling

Nina Hygum skaber en **digital storytelling**, idet hun, foruden sit tekstlige indhold i opslaget, har linket op til et TV-klip fra den lokale TV-station, hvor hun dagen før har udtalt sig. Hun benytter ved sit tekstlige indhold til at metakommunikere, at hun har været på TV, og at hun ønsker at folk skal se indslaget. I sit opslag nævner Nina Hygum eksplicit, at hun gerne vil være ærlig overfor sine modtagere, hvilket hun udtrykker gennem citatet: *"Borgmesteren vil ikke samarbejde med os på trods af Venstres gentagne forsøg, og det synes jeg at borgerne fortjener at vide. Jeg går ind for åbenhed frem for alt"*. Gennem citatet fremlægger hun sit eget syn på situationen, og forsøger derved at påvirke sine modtagere til at få den samme opfattelse. Dette ses ved at Nina Hygum, i citatet, nævner overfor sine modtagere, at borgerne *"fortjener"* at vide, hvordan situationen ser ud, samt at hun *"går ind for åbenhed"*. Hun vælger samtidig at eksplicitere, at hun og hendes partikammerater forgæves har forsøgt at samarbejde med borgmesteren, men at han ikke erklærer sig enige med dem. Fordi borgmesteren ikke er enig, vælger hun at udstille ham ved at nævne dette gennem opslaget, og forsøger samtidig at vende det til sin egen fordel. Dette gør hun blandt andet ved at nævne, at borgerne *"fortjener"* at kende sandheden.

I eksemplet vælger flere modtagere at give Nina Hygum en respons via kommentarfeltet. Her udtrykker en modtager blandt andet: *"Jeg forstår ikke at du og Venstre ikke går 100% efter at sørge for, at Søren Pape får 4 år mere i stolen. Jeg kan da se, at der bliver lavet budgetforlig og alt muligt med jer som deltagere, så lidt dialog må der være"*. I citatet fortæller vedkommende, at han ikke forstår, hvorfor Nina Hygum ikke hjælper sin borgmester i stedet for at gå imod ham. Modtageren forsøger derved at præge fortællingens præmis i en anden retning, end hvad afsenderen oprindeligt havde tiltænkt. En anden modtager skriver: *"Jeg forstår ikke din handling. !"* samt *"Det er en amatør handling . . og du smider gode borgerlige stemmer væk på tøsefnidder..Pinligt"*, hvilket viser at vedkommende stiller sig personligt imod Nina Hygum ved at sige, at hun ikke forstår Nina Hygums handling, samt at hun: *"smider borgerlige stemmer væk på tøsefnidder"*. Samme modtager skriver: *"Søren Pape Poulsen er borgmester . . Du er kandidat dertil. Du svigter*

samarbejde på åben skærm, - selvom I burde stå sammen. Du skaber balladen”, hvilket viser at vedkommende forsøger helt at fjerne fokus fra de politiske stridigheder, og i stedet flytte fokus over på Nina Hygums personlige foretagender. Trods citaternes forskelligheder bekræfter de to modtagere uafhængige syn af virkeligheden ved begge at sige, at Nina Hygum og det samlede parti bør samarbejde med deres borgmester. Nina Hygum forsøger at formidle sin troværdighed og ’åbenhed’, mens modtagerne udtrykker en modsatrettet opfattelse. Nina Hygum benytter kommentarfeltet til at forsvare sin vinkel på fortællingen overfor sine modtagere. Hun skriver: *”Det handler om, hvilken politik der skal føres efter næste valg – og ikke primært hvem, der skal have borgmesterkæden. Jeg beklager din holdning, Pia, men vi har jo netop forsøgt at få en dialog om et politisk samarbejde efter næste valg – også mellem V og K”*. I citatet ses det, at Nina Hygum forsøger at korrigere sin modtagers opfattelse, idet hun nævner, at det ikke handler om personerne, der fører politikken, men at det handler om politikken, der føres.

To modtagere forsøger at opretholde Nina Hygums fortælling. Dette fremgår i kommentarfeltet, hvor en person skriver: *”Man skal ikke samarbejde for enhver pris, godt der endelig er en fra Venstre der har forstået det.”* Vedkommende erklærer sig enig med Nina Hygum, ved at lægge vægt på, at hun ikke nødvendigvis behøver at beskytte borgmesteren og hans synspunkter, hvis hun selv har andre holdninger. En anden modtager skriver: *”Skjulte dagsordner skaber tøsefnidder. Åbenhed og ærlighed skaber gennemsigtighed ;-)*”, og hun bekræfter herved Nina Hygum i, at hun er en loyal person, fordi hun fortæller borgerne om deres interne stridigheder i partiet. Modtagerne viser således delte story-opfattelser i kommentarfeltet, idet nogen afviser hendes præmis ved at forsøge at vinkle historien anderledes, mens andre modtagere bekræfter hende i sit præmissen ved at fortsætte fortællingen ad samme spor.

Sættes ovenstående ind i en semiotisk tegnrelation viser det sig, at Nina Hygum eksplicit udtrykker sin selvopfattelse, at hun er en loyal person. Flere modtagere argumenterer for modsatte ved at udtrykke, at de finder hende illoyal ved gå imod sit

parti og sin borgmester. Nina Hygum lytter ikke til sine modtageres opfattelser, og vælger i stedet at forklare sin handling. Nina Hygum viser derved, at hun står ved sin opfattelse, og lader ikke modtagerne påvirke hendes selviscenesættelse. Dette viser hun yderligere ved at fravælge at besvare de efterfølgende responser fra modtagerne.

Den visuelle kommunikationsmodel

Afsenderen og modtagerne gør gennem opslaget brug af mediets **navigative funktion**. Funktionen kommer særligt til syne ved at parterne vælger at interagere med hinanden gennem opslagets kommentar-funktion. De benytter således funktionen til at kunne udtrykke deres egne holdninger og opfattelser samt til at påvirke modpartens. Nina Hygum gør desuden brug af den navigative funktion til visuelt at formidle sin historie gennem et TV-indslag, som hun har linket op til i forlængelse af sit tekstlige indhold i opslaget. En modtager 'tagger' borgmesterens navn, oplyser ham på denne måde i striden mellem politikeren og hendes modtagere. Borgmesteren forholder sig passivt ved ikke selv at deltage i interaktionen.

Ved afsender og modtageres brug af kode er den **metakommunikative funktion** gældende. Funktionen kommer til udtryk gennem de sproglige udvekslinger, der i tilfældet relaterer sig termer i det politiske sprog. Gennem opslaget benytter Nina Hygum politisk relaterede ord som *"mandater"* og *"valgforbund"*. Hun viser derved, at hun henvender sig til en politisk engageret målgruppe, der har kendskab til politiske termer. Gennem kommentar-funktionen viser modtagerne, at de har kendskab til politik ved at benytte begreber som *"budgetforlig"* og *"kandidat"*.

Appelformer

Nina Hygums opslag er præget af **logos**-appellen gennem sit opslag, hvilket ses gennem hendes formidling af konsekvenser for, hvis partierne ikke opnår 16 mandater. Endvidere benytter hun i kommentar-feltet brug af logos, idet hun nævner: *"Det handler om, hvilken politik, der skal føres efter næste valg – og ikke primært hvem, der skal have borgmesterkæden"*. Hun forsøger herved at skabe en bestem-

melse for, hvad der er politik for hende. Hun benytter desuden **pathos**, idet hun skriver: ”*Borgerne fortjener at vide*”. Ved at lægge vægt på ordet ”*fortjener*” udtrykker hun, at hendes udmelding er en gevinst for borgerne, samt at de har en ekstra fordel ved at give hende medhold i sagen. Hun benytter derved pathos i et forsøg på at skabe en alliance mellem borgerne og hende selv ved at danne en fælles forståelse af, hvad der er sagens sandhed.

Kommunikationssituationen

Ved analysen af den kommunikative begivenhed har vi fundet frem til at Nina Hygum, gennem sit Facebook-opslag skaber en fortælling om, at de i foreningen har interne stridigheder med borgmesteren. Dette viser hun ved linke op til et TV-indslag, som skulle understøtte hendes budskab i opslaget. Det viste sig, at en stor del af modtagerne reagerede negativt på dette ved at give udtryk for deres utilfredsheder med, at hun udstillede borgmesteren i stedet for at vise samarbejde. Flere modtagere forsøgte derved, gennem kommentar-feltet, at dreje historiens præmis i en anden retning, end hvad budskabet oprindeligt var tiltænkt. Vi vil i dette afsnit undersøge eksemplets kommunikationssituation for at forstå den sociale samhandling, der udspiller sig mellem Nina Hygum som afsender og hendes modtagere. Vi vil her undersøge, hvilken rolle Nina Hygum påtager sig i sit forsøg på at opnå modtageres loyalitet, samt hvordan modtagerne opfatter Nina Hygums politiske karakter i forhold til sagen.

Udtryk Nina Hygum giver

Gennem sit opslag forsøger Nina Hygum at fremstå som en loyal politiker overfor sine modtagere. Dette gør hun ved eksplicit at formidle til sine modtagere, at de i den lokale partiforening har nogle interne stridigheder, grundet at borgmesteren ikke vil samarbejde med de øvrige politikere. Nina Hygum vælger derfor at stå frem og fortælle, hvordan hun oplever disse stridigheder. Hendes begrundelse for sit foretagende er, at borgerne ”*fortjener*” at kende til deres uenigheder i foreningen. Hun vælger derfor at afsløre sit holds hemmeligheder, som ellers ville have været

blevet i back region, og påtager sig derved den selvmodsigende rolle som *angiver*. Nina Hygum udtrykker ligeledes, at hende og sine partifæller er et hold. Ved at sige at borgerne "*fortjener*" at kende til stridighederne, udtrykker Nina Hygum, at hun er klar over, at ingen andre har fortalt borgerne om situationen, og hun fremhæver på denne måde sig selv som den ærlige og loyale politiker.

Ved at skrive; "*borgmesteren vil ikke samarbejde med os*", giver Nina Hygum udtryk for en adskillelse mellem borgmesteren og de resterende deltagerere på holdet; der er borgmesteren og der er partifællerne, som er "os". Hun udtrykker derved implicit, at borgmesteren er i et undertal i forhold til de resterende partifælder, og gør ham derved til 'outsideren', der ikke vil føre den samme politik som det resterende hold. Da nogle publikummer udtrykker, at de ikke forstår, hvorfor hun og sit hold ikke viser borgmesteren engagement, nævner Nina Hygum, at det ikke handler om, hvem der er borgmester, men hvilken politik, der bliver ført. Nina Hygum udtrykker herved, at hun og sit hold deler den samme 'korrekte' virkelighedsopfattelse, mens borgmesteren har en anden, der ikke stemmer overens med deres. Ved at udtrykke for offentligheden, at borgmesteren ikke vil assimilere til det resterende holds opfattelse, og ved at sige at det ikke blot handler om personen, men selve politikken, udstiller hun borgmesteren i en negativ facon. Ved at pådrage sig denne selvmodsigende rolle, hvor hun offentliggør holdets interne stridigheder, afslører Nina Hygum samtidig holdets *mørke hemmeligheder*, som de normalvis ville dække overfor publikum, og som de ville beholde i deres bagsideområde. Nina Hygum afslører hemmeligheden, at de har interne stridigheder mellem borgmesteren og resten af holdet, og vælger derved ikke at beskytte borgmesteren overfor publikum, da borgmesteren ikke deler det resterende holds opfattelse. Hun værner på denne måde om holdets fælles virkelighedsopfattelse frem for borgmesterens identitet.

Udtryk Nina Hygum afgiver

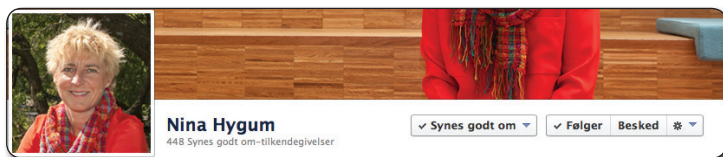
Nina Hygum forsøger at fremstille sig som en loyal person overfor publikum, hvilket hun mener, at hun er ved at give publikummerne indsigt i foreningens stridigheder. Modsat kommer flere af publikummerne til at opfatte hende som illoyal på

baggrund af hendes handling, da de kan se, at hun og holdet svigter borgmesteren ved at afsløre deres interne stridigheder overfor offentligheden. Publikummerne mener i stedet, at holdet burde have stået sammen om at beskytte holdets integritet overfor offentligheden, og at holdet bør samarbejde om at hjælpe borgmesteren til at forblive borgmester efter det næstkommende kommunalvalg. Flere af publikummerne finder derved Nina Hygum illoyal overfor sit hold, idet hun vælger at afsløre holdets interne hemmeligheder. Handlingen giver publikummerne mistillid til hendes rolle som politiker. Det viser sig samtidig, at nogle publikummer kan se, at Nina Hygums virkelighedsopfattelse ikke stemmer overens med deres egne opfattelser af virkeligheden. Dette ses eksempelvis ved at en person skriver: *"Jeg kan da se at der bliver lavet budgetforlig og alt muligt med jer som deltagere, så lidt dialog må der være"*. Nina Hygums fremførte virkelighedsbillede på 'scenen', er derved modstridende i forhold til det virkelighedsbillede publikummerne kan se udenfor scenen. Dette modstridende billede af virkeligheden skaber ligeledes mistillid til Nina Hygums fremførte rolle. Publikum forsøger på denne måde, at få Nina Hygum til at indse, at hun har fremført en forkert adfærd, men Nina Hygum vil ikke korrigere sin adfærd.

Andre publikummer vælger at tro på Nina Hygums fremførelsen af rollen, og viser, at de deler Nina Hygums virkelighedsopfattelse. Dette ses ved at 14 personer har 'liked' opslaget, og viser således positiv opmærksomhed. Desuden har to personer valgt at give positiv respons på Nina Hygums handling, hvilket kommer til udtryk gennem kommentar-feltet. En person skriver: *"Man skal ikke samarbejde for enhver pris, godt der endelig er en fra Venstre der har forstået det"*, og bekræfter hende derved, at hun som holddeltager ikke skal indordne sig andre virkelighedsopfattelser, hvis hun selv har en anden opfattelse. En anden modtager skriver; *"Skjulte dagsordner skaber tøsfnidder. Åbenhed og ærlighed skaber gennemsigtighed ;-)"*, og bekræfter derved Nina Hygums opfattelse, at det bedst kan betale sig, at vise ærlighed overfor publikum, selvom det indebærer, at hun må afsløre 'hemmeligheden' om sit holds interne stridigheder. De to publikummer forsøger derved at beskytte Nina Hygums image og troværdighed.

Skandale-potentiale

Nina Hygum har på nuværende tidspunkt 448 'likes' på sin Facebook-side, og hun er dermed ikke kendt hos den brede befolkningsgruppe. 14 personer har 'liked' opslaget, cirka halvdelen af personerne, der kommenterer på opslaget, er positivt stemte, men reagerer ikke på de negative kommentarer. Hun har derfor et lavt derived ethos.



I Nina Hygums Facebook-opslaget får hun negative kommentarer som respons på sit Facebook-opslag. Blandt andet vælger en modtager at skrive fire kommentarer til samme opslag, som alle er negativt ladet: *"Jeg forstår ikke din handling", "du smider gode borgerlige stemmer væk på tøsefnidder...Pinligt", "du tabte på åben lokal tv" og "Du svinger samarbejde på åben skærm, - selvom i burde stå sammen. Du skaber balladen"*. En anden modtager skriver: *"Jeg forstår ikke, at du og venstre ikke går 100% efter at sørge for, at Søren Pape får 4 år mere i stolen. Jeg kan da se, at der bliver lavet budgetforlig og alt muligt med jer som deltagere, så lidt dialog må der være"*, hvilket indikerer at modtageren viser udtryk for misbilligelse af Nina Hygums opslag. Dette ses ved at modtageren skriver: *"Jeg kan da se, at der bliver lavet budgetforlig og alt muligt med jer som deltagere, så lidt dialog må der være"*, hvilket indikerer at hun offentligt udtrykker fordømmelse over for Nina Hygums handling. Nina Hygum vælger ikke at give svar tilbage til denne kommentar, hvilket sætter hende i en risiko for skandale-potentiale.

Grundet Nina Hygums manglende svar på de to nederste kommentarer, opstår der risici for en skandale-potentiale. Ifølge Thompsons teori opstår der en skandale, idet udenforstående viser handlingen misbilligelse, hvilket tydeligt fremgår i eksemplet, hvor Pia Møller fordømmer Nina Hygums opslag. Pia Møller påpeger, at Nina Hygum tabte på åben skærm, hvilket referer til en fjernsynsudsendelse med Nina Hygum. Pia Møller afslører dermed en handling overfor andre 'likers' og modtagere af Nina Hygums Facebook-side, hvilket ifølge Thompson medfører en skandale. I dette tilfælde opstår der dog ikke en direkte skandale, men nærmere skandale-potentiale, som kunne have udviklet sig til en skandale.

Ansigts-arbejde

Som nævnt ovenstående finder flere publikummer Nina Hygum illoyal overfor sit hold, og mener i stedet at hun bør værne om holdets interne 'hemmeligheder'. De får derved et modsatrettet indtryk af Nina Hygum, end det, hun havde til hensigt at give sine publikummer, da Nina Hygum oplyste om sagen for publikummernes skyld, og for at give dem indsigt. Ved at poste opslaget samt ved at vise TV-indslaget, udtrykker hun implicit, at hun vil vise ærlighed overfor sine publikummer, også selvom at det gælder intern splid på holdet. Idet Nina Hygum for det første fremfører et andet virkelighedsbillede end publikums oprigtige, og samtidig ikke viser solidaritet overfor sine holdkammerater, idet hun afslører holdets hemmeligheder, svigter hendes dramaturgiske loyalitet, og hun må i stedet forsøge at genoprette sit 'ansigt'. Hun forsøger at redde sit ansigt ved at sige: *"Det handler om, hvilken politik der skal føres efter næste valg – og ikke primært hvem, der skal have borgmesterkæden. Jeg beklager din holdning, Pia, men vi har jo netop forsøgt at få en dialog om et politisk samarbejde efter næste valg – også mellem V og K"*. Hun forsøger derved at forklare sin handling overfor sine modtagere, og viser, at hun står ved sin udtalelse uanset publikummernes mening. Dette ses ved, at hun først og fremmest skriver *"beklager din holdning"*, og nævner hertil, at holdet forgæves har forsøgt at skabe *"dialog om politisk samarbejde"* Nina Hygum vælger ikke at tilføje flere kommentarer, og undgår derved risici for yderligere ansigtstab.

Opsamling

Nina Hygums 'ansigt' bliver truet i offentligt rum, på trods af at hun i sit Facebook-opslag forsøger at udstråle åbenhed og loyalitet i sin rolle som politiker. Nina Hygum lægger i opslaget vægt på, at hun gerne vil være ærlig overfor sine modtagere, og påpeger at borgerne fortjener at få sandheden om situationen at vide. Flere af modtagerne vælger at stille sig kritiske overfor Nina Hygum og misbilliger hendes forsøg på at forholde sig åben og ærlig. Nina Hygum benytter sig i kommentar-feltet af muligheden for at forsvare sit Facebook-opslag, hvilket en af modtagerne viser sin utilfredshed med.

Det fremgår i opslaget, at Nina Hygum vil fremstå som en loyal person, idet hun vælger at fortælle modtagerne om de interne stridigheder i partiet. Dette vælger nogle af modtagerne at forsøge at vinkle historien i en anden retning end Nina Hygums præmis, og viser derved deres story-opfattelse i kommentar-feltet. Andre modtagere vælger at støtte op om hendes opslag, og fortsætter med at fortælle historien i det spor Nina Hygum havde tiltænkt. Idet Nina Hygum vælger at afsløre partiets interne stridigheder, påtager hun sig den selvmodsigende rolle som angiver. Hun fremhæver i situationen at hun er en ærlig og loyal politiker, og at borgmesteren ikke ønsker at samarbejde med hende og partifællerne. Hun gør derved borgmesteren til 'outsideren', som ikke ønsker at føre samme politik som det resterende hold. Ydermere afslører Nina Hygum holdets mørke hemmeligheder, som normalt skjules bag 'scenen'. Ved denne afsløring værner Nina Hygum om holdets virkelighedsopfattelse.

Grundet Nina Hygums afsløring af holdets mørke hemmeligheder, finder nogle af modtagerne hende illoyal overfor sit hold og viser hende mistillid til hendes rolle som politiker. Dette fører også til, at nogle af modtagerne kan se, at deres virkelighedsopfattelse ikke stemmer overens med Nina Hygums opfattelse af virkeligheden. Andre modtagere vælger at støtte op omkring hendes opslag, og bekræfter

derved at Nina Hygum ikke skal indordne sig andre virkelighedsopfattelser, hvis hun selv har en anden. Nina Hygum viser ikke solidaritet overfor sine holdkammerater i afsløringen af de interne stridigheder, hvilket viser at hendes dramaturgiske loyalitet svigter og hun må derfor forsøge at genoprette sit 'ansigt'.

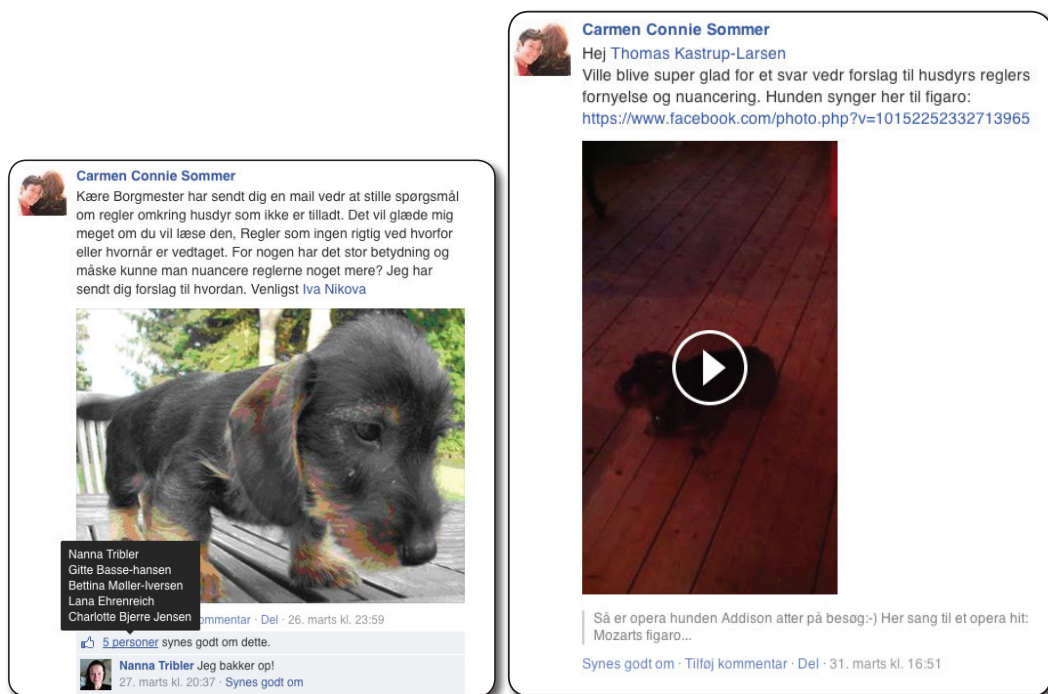
Eksempel 5 – Thomas Kastrup-Larsen

Den kommunikative begivenhed

Følgende eksempel er interessant, fordi opslaget er et eksempel på, at ejeren af Facebook-profilen ikke altid er afsender af Facebook-opslagene. I dette eksempel agerer en Facebook-bruger afsender, idet hun poster fire opslag på Thomas Kastrup-Larsens Facebook-væg. Thomas Kastrup-Larsen mister herved kontrollen over kommunikationen. Dette ses ved at politikerens lader sine modtagere komme til orde offentligt via Facebook-opslag på hans væg. Han kan på forhånd ikke vide, hvilke hensigter denne afsender har med sin kommunikation på siden, og det kræver samtidig, at han kan reagere hurtigt. Vi ser i dette tilfælde på, hvordan politikerens ansigts-arbejde og indtryks-styring sprogligt, visuelt og symbolsk kommer til udtryk, når kommunikationen er rettet mod politikerens selv, og når 'likeren' på forhånd stiller nogle krav og forventninger til denne i et offentligt forum. Analysen af eksemplet har derfor fokus på, hvordan Facebook-brugeren udtrykker sine forventninger og holdninger til politikerens, og hvordan politikerens håndterer disse i forhold til sin egen selviscenesættelse.

Eksemplet omfatter fire Facebook-opslag, fra en Facebook-bruger på Thomas Kastrup-Larsens Facebook-væg. Da opslagene er skrevet fra den samme Facebook-profil, og er inden for samme kontekst, har vi valgt at samle de fire opslag under samme eksempel.

I første opslag (den 26. Marts 2014), skriver afsenderne Carmen og Iva, at de har sendt borgmesteren en mail, som de vil appellere til at han skal læse. I anden opslag (den 31. marts 2014) udtrykker de to afsendere, at de har et ønske om, at Thomas Kastrup-Larsen skal svare dem på deres første Facebook-opslag. Da de på daværende tidspunkt endnu ikke har fået svar fra borgmesteren, vælger de at skrive et tredje opslag på hans væg (den 1. april 2014), hvor de tilkendegiver, at de ikke er tilfredse med borgmesterens manglende svar på deres henvendelse. Borgmesteren svarer dem herefter i en kommentar, hvor han fortæller, at der arbejdes på sagen (den 2. April 2014). Carmen og Iva svarer hertil borgmesteren ved selv at skrive en kommentar. De udtrykker her, at de er positivt stemte over at have fået svar. De vælger herefter at skrive et fjerde opslag på borgmesterens væg (den 2. April 2014), hvor de ligeledes udtrykker deres tilfredsheder. De fire opslag er vist nedenstående:



Opslag 1

Opslag 2



Opslag 3

Opslag 4

Storytelling

Carmen og Iva skaber to fortællinger gennem deres fire Facebook-opslag; for det første om hunden, Addison, der kan "synges" til Mozart's Figaro, og for det andet, at samme hund mangler et sted at bo, fordi personerne ikke selv kan have ham i deres hjem, grundet en lovgivning. At hunden, Addison kan "synges" viser hun gennem en video, som hun har linket op til i sit opslag. Carmen og Iva benytter særligt **digital storytelling** ved at lade store dele af deres formidling foregå visuelt og via link.

Carmen og Iva henvender sig til Thomas Kastrup-Larsen, gennem hans Facebook-side, hvor de appellerer til, at han skal besvare deres spørgsmål vedrørende "*regler om husdyr som ikke er tilladt*", som de har stillet ham i en tidligere mail. Da de ikke har fået svar på deres to første Facebook-opslag, som de har skrevet på hans væg, vælger de at poste et tredje opslag, hvori de skriver: "Øv øv at du ikke engang vil svare på vores forespørgsel..... troede du var en mere folkelig borgmester!!!!". Thomas Kastrup-Larsen svarer hende hertil gennem kommentar-feltet, som knytter sig til opslaget, hvor han skriver: "*Der er altså lige lidt sagsbehandlingstid på den slags sager. Men vi har modtaget den og I skal nok for svar ;-)*". I citatet udtrykker borgmesteren, at han har set hendes opslag, og at han har i sigte at handle i forhold til hendes forespørgsel. Borgmesteren vælger kun at svare på afsenderens skriftlige indhold, og reagerer ikke afsenderens symbolske indhold, som er billedet og videoen.

Der opstår med dette en omvendt **semiotisk tegnrelation**, hvor det ikke er borgmesteren, der starter med at udtrykke sin selvscenesættelse, men Carmen og Iva, der udtrykker, hvilke forventninger de har til Thomas Kastrup-Larsens borgmester-rolle. Dette fremgår af citatet: *"troede du var en mere folkelig borgmester"*. Idet de skriver: *"troede du var (...) "* udtrykker de, at Thomas Kastrup-Larsen ikke lever op til deres forventninger om hans borgmesterrolle. Ved at han svarer dem, at der er sagsbehandlingstid, og at deres forespørgsel er modtaget, udtrykker han, at der er taget hånd om deres sag, og at han dermed godt kan leve op til deres forventninger. Afsenderne bliver begejstret over hans svar, og vælger at skrive et nyt Facebook-opslag, hvor de blandt andet skriver; *"Kære Borgmester. Rigtig rart med respons"*, og de er blevet bekræftet i, at han alligevel lever op til deres forventninger, at han er: *"(...) en mere folkelig borgmester"*.

Den visuelle kommunikationsmodel

Carmen og Iva er begge faktiske **afsendere** af opslaget, hvilket fremgår ved at opslaget er skrevet fra Carmens Facebook-profil, men at Iva's navn er angivet til slut i teksten. Den faktiske afsender er samtidig også den implicite emotive afsender af opslaget, hvilket ses ved at de tilkendegiver deres holdninger og følelser.

I Facebook-opslaget kommer den **navigative funktion** til udtryk ved at den ene afsender i opslag 1, hvor har 'tagget' sit navn, hvilket betyder, at hun har linket op til sin egen Facebook-profil, og herefter i opslag 2, hvor hun har 'tagget' navnet Thomas Kastrup-Larsen. Carmen og Iva har desuden benyttet den navigative funktion i forbindelse med visningen af videoen, idet de har linket op til en Facebook-profil, hvor videoen er tilgængelig. Den navigative funktion fremstår desuden gennem andre modtageres 'likes', som er knyttet til de forskellige opslag. Dette ses blandt andet i opslag 1, der viser navnene på de fem personer, der har 'liked' opslaget. Endvidere er det for afsenderne muligt at skrive et opslag på politikerens facebook-væg og derved 'pushe' indhold på siden, hvilket gør, at han mister kontrollen over, hvad der bliver distribueret på sin side.

Koden kommer til syne, idet borgmesteren i sin kommentar til selve opslaget benytter den intersemiotiske funktion i form af en blinkende smiley. Herved tillægger borgmesteren tegnet en symbolsk værdi, da den er placeret i forlængelse af hans sproglige formidling. Der ses desuden en forankring ved videoen af hunden i første opslag, idet videoen henleder til teksten, som omhandler regler for husdyr. Afsenderen har i opslag 1 valgt at vedhæfte et billede og i opslag 2 en video. Ved at indsætte billede og video af en hund, samtidig med at hun i teksterne skriver ”hunden Addison”, henviser afsenderne til hunden som er afbilledet, og lader på denne måde billedet være forankret i teksten. Afsender benytter sig samtidig af en metakommunikativ funktion, som relaterer til den politiske front, idet hun benytter termer som ”forslag” og ”regler”, der ofte er noget, som forbindes med politik.

Carmen og Iva benytter **pathos** flere gange gennem sine Facebook-opslag. Appellen fremtræder oftest i forhold til de to afsenders forventninger. Dette kommer særligt til udtryk i opslag 2, hvor de to afsendere skriver: ”*Ville blive super glad for svar (...)*”. Ved at de kobler følelsen ”*glad*” til en pluskvamperfektum som ”*ville blive*”, bruger de pathos til at berette om et ønske og en forventning. Dette ses ligeledes i opslag 3, hvor Carmen og Iva skriver: ”Øv øv at du ikke engang vil svarer på vores forespørgsel..... troede du var en mere folkelig borgmester!!!!”. Ved at skrive ”øv øv” udtrykker de følelsen af skuffelse, hvilket de sætter i forbindelse med sætningen ”*troede du var (...)*”. Ved at koble følelsen på forventningen, påpeger de, at de havde en forventning til hans rolle som borgmester, men at han ikke lever op til denne forventning. Da de i opslag 4 skriver ”*Rigtig rart med respons*”, bruger de upgraderen ”*rigtig*” koblet til følelsen ”*rart*”, og viser ham dermed anerkendelse for at have svaret dem.

De to afsendere anvender samtidig pathos i forbindelse med brugen af **visuelle cues** til at appellere til borgmesterens følelser ses i videoen af en hund, der ”syn-ger” Mozart’s Figaro samt billedet af hunden. Begge cues er som nævnt forankret i teksten, der ligeledes omhandler hunden, Addison. I opslag 3 og 4 nævner af-

senderen, at hunden er *"stresset over ikke at have et fast sted at bo"*. De benytter desuden hundens navn "Addison" overfor borgmesteren. I opslag 2 nævner de, at hunden "synger". Afsenderne menneskeliggør på denne måde hunden ved at nævne, at hunden er "stresset", at den har et navn, og at den "synger". Med dette forsøger de at fremkalde nogle følelser hos borgmesteren, for dermed at kunne få ham til at handle i forhold til deres sag.

Kommunikationssituationen

Gennem analysen af den kommunikative begivenhed fandt vi frem til, at Carmen og Iva formidler en række forventninger, som de har til Thomas Kastrup-Larsens rolle som borgmester. Dette så vi særligt gennem deres brug af pathos, som de netop kobler til disse forventninger. Her gav de udtryk for deres dybeste skuffelse over, at han ikke besvarede deres forespørgsel, hverken på mail eller på Facebook, hvilket de udtrykker ved at fortsætte med at skrive til ham på Facebook indtil de får svar. Efter at have analyseret den kommunikative begivenhed, vil vi nu undersøge kommunikationssituationen for Thomas Kastrup-Larsen samt hans to afsendere, Carmen og Iva. Vi vil i dette afsnit have fokus på, hvordan samhandlingen sker på baggrund af de forventninger, som afsenderne formidler til Thomas Kastrup-Larsen, og hvordan han forsøger at leve op til disse. Afsenderne af opslaget er, ud fra Goffman's betragtning, en af borgmesterens publikummer, der tager direkte kontakt til ham. De fire Facebook-opslag påviser, at selv om at man som borgmester har en Facebook-side, er det ikke ensbetydende med, at borgmesteren nødvendigvis er afsender af kommunikationen. Han må derved konstant være beredt på at skulle sætte sig i 'scene' overfor sine modtagere for at kunne håndtere deres indtryk af ham. Vi starter i dette tilfælde med at analysere Thomas Kastrup-Larsens afgivne udtryk, da dette har betydning for, hvordan Carmen og Iva opfatter borgmesteren. Vi vil derefter analysere Thomas Kastrup-Larsens givet udtryk, da dette kommer til udtryk gennem kommentar-funktionen.

Udtryk Thomas Kastrup-Larsen afgiver

Gennem sine fire opslag forsøger Carmen og Iva at overbevise borgmesteren om, at han skal hjælpe dem i deres sag. Dette gør de ved at lægge vægt på de forventninger, de har til Thomas Kastrup-Larsen som borgmester. Da borgmesteren i første omgang ikke reagerer på deres opslag, vælger de offentlig at formidle deres negative indtryk, at han ikke er den ”*folkelige borgmester*”, som de havde forventet af ham. Med dette viser afsenderne at de havde en anden forventning til Thomas Kastrup-Larsen end hvad han på givne tidspunkt opfylder. I opslaget udtrykker de deres forventning om, at han som borgmester bør være mere folkelig. Implicit udtrykker de, at de har en forventning om at, grundet at borgmesteren har en Facebook-side, skal han være ’tæt’ på befolkningen ved at reagere på deres forespørgsler via det sociale medie. Idet afsenderen har en forventning om, at borgmesteren skal give respons på alle hans modtageres Facebook-opslag, indikerer det samtidig han skal være tilgængelig for befolkningen i sin fritid, og dermed mens han er privat. Dette fremgår ligeledes gennem tidshorisonten for deres postede opslag, da skriver opslag 2 den 31. Marts kl. 16:51 og opslag 3 den 1. April kl. 13:46, hvor de skriver: ”Øv øv at du ikke engang svarer på vores forespørgsel”. De viser derved deres utilfredshed til borgmesterens manglende svar.

Hold

Det fremgår af afsenderens opslag, at de er to om henvendelsen, hvilket de blandt andet udtrykker ved at skrive ”vores”. Vi kan herved betragte dem som et optrædende hold. Dette hold ses ligeledes ved afsendernes første Facebook-opslag, hvor en anden publikummer, gennem kommentar-funktionen, vælger at tilkendegive, at vedkommende bakker op om afsenderne. Det fremgår desuden, at opslaget har fem ’likes’, hvilket påviser, at andre personer også bakker op, og at de er en del af holdet, selvom de ikke vælger at give respons via kommentarfunktionen. Dette viser, at holdet støtter op om afsenderne, som i dette tilfælde påtager sig rollen som holdleder for publikums hold.

Udtryk Thomas Kastrup-Larsen giver

Borgermesteren viser, at han gerne vil kunne leve op til Carmen og Ivas forventninger, og vælger derfor at give dem respons på opslaget. Her nævner han: *”Der er altså lige lidt sagsbehandlingstid på den slags sager. Men vi har modtaget den og I skal nok for svar ;-)”*. Han udtrykker herved at sagen allerede er under behandling, samtidig med at han lover dem svar. Herved indikerer han, at han som borgmester godt kan leve op til deres forventninger. I sin kommentar benytter borgmesteren en symbolsk cue i form af en blinkende smiley. Smileyen bruger han som en erstatning for sit ansigtsudtryk, hvormed han kan vise sit humør og de følelser han besidder i situationen. Vi betragter derfor smileyen som en dramatiserende handling i forbindelse med borgmesterens optræden overfor sin afsender.

Skandale-potentiale

Etos-appellen knyttes i dette tilfælde til den implicitte konative modtager af teksten, som er borgmesteren. At afsenderen tilspørger Thomas Kastrup-Larsen indikerer, at han med borgmesterrollen i forvejen har et initial ethos hos afsenderne. Vi ser desuden en derived ethos, idet borgmesteren undervejs i kommunikationen først taber etos ved at undlade at svare, og herefter opnår ethos igen, idet han svarer hende tilbage, hvilket fremgår af hendes ’like’ til kommentaren, samt at hun vælger at skrive et nyt opslag (opslag 4), hvor hun viser sin tilfredshed. Dette etos ses derfor kun i forbindelse med den givne kommunikation, og påvirker ikke afsenderens overordnede syn på borgmesteren. I situationen hvor borgmesteren ikke svarer, sættes hans ethos på prøve hvilket, ifølge Thompson, kan resultere i en skandalisering af situationen. Borgmesterens handling bliver i første omgang misbilliget offentligt af afsenderne, da han ikke svarer. Carmen og Iva skriver i et af opslagene: *”øv øv at du ikke engang vil svarer på vores forespørgsel.... troede du var en mere folkelig borgmester”*, hvilket indikerer at de fordømmer borgmesterens manglende svar. Denne offentlige misbilligelse opstår idet afsenderne ikke får svar fra borgmesteren i første forsøg, og dermed ytrer sig offentligt på hans væg. Borgmesteren vælger

at give dem respons, og han retter derved op på risikoen for en skandalisering af situationen, idet borgmesterens loyalitet overfor afsenderne bliver styrket, og han får derigennem genoprettet sit etos hos Carmen og Iva.

Ansigts-arbejde

Gennem kommunikationssituation fandt vi frem til, at Carmen og Iva offentligt udtrykker, at Thomas Kastrup-Larsens rolle borgmester ikke lever op til de forventninger, de har til hans borgmesterrolle. Dette fremgår af udtalelsen: *"troede at du var en mere folkelig borgmester"*. Carmen og Iva viser offentligt, at Thomas Kastrup-Larsen ikke lever op til deres forventninger, og han kommer derved til at påføre sig et 'forkert ansigt'. For ikke at tabe ansigt ved eksempelvis dårlig omtale og rygtespredning, må Thomas Kastrup-Larsen derfor handle aktivt i forhold til de to afsendere. Dette gør han ved at give dem en respons, gennem kommentar-feltet, hvor han meddeler, at de på kommunen allerede er i gang med at behandle sagen. Han viser derved offentligt, at han lever op til sine afsenderes forventninger; at han er en folkelig borgmester, som viser nærvær til borgerne gennem Facebook, samt at der er taget 'hånd' om deres sag. Thomas Kastrup-Larsen benytter her forsvarsmekanismen dramaturgisk loyalitet ved at vise solidaritet overfor sine afsendere. Dette gør han ved at fortælle, at der allerede er taget hånd om deres sag. Ved at kunne benytte kommentar-feltet forsøger Thomas Kastrup-Larsen at være forudseende ved at vise offentligheden, at han kan leve op til afsendernes forventninger til hans rolle som borgmester, og at han er loyal. Han benytter hertil forsvarsmekanismen dramaturgisk omtanke. Thomas Kastrup-Larsen viser desuden dramaturgisk disciplin, idet han vælger at svare sine afsendere i en neutral tone ved ikke at udtrykke følelser. Ved at forholde sig neutralt, og ved at nævne, at de på kommunen allerede har igangsat behandling af sagen, forhindrer han potentielle uheld foran offentligheden. Det fremgår derved af opslaget, at Thomas Kastrup-Larsen foretager nogle foranstaltninger for at undgå et potentielt 'ansigtstab'.

Opsamling

I ovenstående Facebook-opslag agerer borgmesteren modtager af fire opslag fra en afsender. Der ses i opslaget et ansigtsarbejde, idet Thomas Kastrup-Larsen mister kontrollen over interaktionen og kommunikationen. Afsenderen af opslagene har nogle forventninger til borgmesteren, hvilket ses

Thomas Kastrup-Larsen kan på forhånd ikke vide, hvilke intentioner afsenderen af opslaget har, og hans indtryks-styring og ansigtsarbejde kommer for alvor til udtryk, idet kommunikationen her er rettet mod politikeren selv.

Afsenderne Carmen og Iva skaber to fortællinger gennem deres fire opslag. Disse to fortællinger fortælles både gennem sproglige udtryksformer og visuelle udtryksformer i form af billeder og et link. I opslagene udtrykker afsenderne deres forventning til Thomas Kastrup-Larsen som borgmester, og påviser at offentlige personer konstant må være forberedt på at sætte sig i en 'scene' overfor sine modtagere for at kunne styre deres indtryk af ham.

Afsenderne udgør i opslagene et optrædende hold, idet de bakker op om hinanden og derved viser at de er på samme hold og har samme virkelighedsbillede.

Thomas Kastrup-Larsen lever ikke op til sine afsenderes forventninger til ham påfører sig derved et 'forkert ansigt'. Han handler derfor aktivt i forhold til sine afsendere, for ikke at møde dårlig omtale og rygtespredning. Han benytter dramaturgisk loyalitet, idet han viser solidaritet overfor sine afsendere. Dette ses ved at han påpeger overfor sine afsendere, at der allerede er taget hånd om deres forespørgsel. ydermere benytter han sig af dramaturgisk disciplin, idet han svarer sine afsendere i en neutral tone og derved ikke udtrykker følelser.

KAPITEL 5

DISKUSSION

Diskussion

Målet for denne undersøgelse har været at finde ud af, hvordan politikeres selviscenesættelse og indtryks-styring ser ud et socialt medie som Facebook, hvor modtagerne offentligt kan præge afsenderne gennem deres mulighed for interaktion, og hvor interaktionen foregår igennem et skriftsprogligt og et symbolsk indhold, hvor afsender og modtager er adskilt i tid og rum. Følgende vil vi diskutere anvendeligheden og koblingen af medieteorierne og metodeteorierne i forhold til specialets analyse.

Koblingen af Goffman og Thompson i analysen

Goffman og Thompson supplerer flere steder hinanden udmærket, idet Thompson bygger videre på Goffman's forståelse af den sociale samhandling. Hvor Goffman har fokus på den sociale adfærd, der udspiller sig gennem ansigt-til-ansigt interaktioner, inddrager Thompson en forståelse af, hvordan interaktionen udspiller sig gennem medier som radio og fjernsyn, og hertil, hvordan denne interaktion gennem medierne kan påvirke menneskets sociale adfærd. Thompson's videreudvikling af Goffman's teori ses blandt andet gennem hans symbolske cues, som ligner Goffman's dramatisering. Forskellen ved de to begreber udmønter sig i, at symbolske

cues er beregnet på medier, mens dramatisering benyttes i ansigt-til-ansigt interaktioner. Thompson udbygger desuden, med stærk inspiration fra Joshua Meyrowitz, forståelsen af front region og back region med en middle region, som ofte foregår i medierne, hvor publikummerne kan følge med på sidelinjen. Middle region er derfor altid gældende ved interaktioner på de sociale medier. Thompsons interaktionsformer er interessante i forhold til en analyse af interaktioner på politikeres Facebook-sider, idet politikerne slipper kontrollen ved at lade modtagerne bidrage med indhold på deres sider. Med dette øges risikoen for at modtagerne kan true politikernes 'ansigter'. Med de sociale mediers fremkomst er der dog sat nogle nye vilkår for interaktionen, idet de sociale medier hverken kendes som en medieret eller medieret kvasi-interaktionsform men som en fusion af de to interaktionsformer. Disse nye vilkår for interaktionen har blandt andet gjort, at en ubestemt mængde modtagere, som er fremmede for afsenderen, kan interagere direkte med afsenderen, og de kan således påvirke afsenderens intentionelle budskab. Den nye interaktionsform har på denne måde medført ændringer i den sociale adfærd på de sociale medier, eksempelvis at mennesker kan tillade sig at sige nogle ting, som de ikke ville have sagt i en ansigt-til-ansigt interaktion. Men det har ikke ændret på, at afsenderen stadig vil forsøge at styre sine modtageres indtryk, at der foregår holdoptrædener, og at implicerede personer kan blive pinlig til mode og derved 'tabe ansigt'. Vi ser derfor, at der stadig er et socialt samspil mellem mennesker, men at dette foregår under nogle andre betingelser.

I modsætning til Goffman har Thompson i sin teori fokus på magtbegrebet, hvilket han særligt lader komme til udtryk gennem sine fire magtformer; økonomisk magt, symbolsk magt, tvangsmæssig magt og politisk magt. Goffman fokuserer i stedet på menneskenes gensidige påvirkning af hinanden og indtryks-styring gennem det sociale samspil, der foregår i interaktionen, og ser derfor bort fra magtspillet i samfundet. Vi har derfor valgt at sætte parentes om Thompson's magtformer, men koncentrerer os om hans forståelse af mediernes påvirkning af den sociale adfærd gennem deres interaktion med modtagerne.

Goffman og Thompson beskæftiger sig begge med potentielt opståede krisesituationer, men adskiller sig fra hinanden i krisernes omfang. Goffman taler om 'ansigtsarbejde', hvor den interagerende person kan redde sit 'ansigt' i truende situationer. Her har Thompson i stedet fokus på politiske skandaler, der udledes gennem medierne, og som har en mere alvorlig karakter. Når skandalen er indtruffet, er der intet at gøre, andet end at lade situationens sensation glide ud. De to begreber kan således ikke sammenlignes med hinanden. Fordi skandale-potentiale sker igennem medierne, havde vi tanken, at der kunne være risici for, at skandalen kunne opstå på et socialt medie som Facebook, idet afsenderne offentligt slipper kontrollen ved at lade modtagerne komme til orde. Dette kunne potentielt medføre, at situationen kunne blive så truende, at den ikke kunne reddes med 'ansigtsarbejde'. Vi har derfor i analysen valgt både at analysere politikernes 'ansigtsarbejde' og deres skandale-potentiale. Men da der i eksemplerne ikke var nogle skandaler, kunne vi have undladt at inddrage teorien 'politiske skandaler'. Vi oplevede i stedet en række truende situationer af mindre omfang, som politikerne kunne redde med deres 'ansigtsarbejde'.

Vi kunne dog have udnyttet Goffman's teori mere dybdegående. Eksempelvis berører vi i analysen ikke 'publikums beskyttelse', som gør sig gældende i tilfælde, hvor den optrædende ikke selv er i stand til at opretholde ansigt. De optrædende formår i de fleste tilfælde at opretholde ansigt, men vi ser også, at flere publikummer forsøger at hjælpe politikerne, hvis de oplever, at andre modtagere er truende overfor politikernes 'ansigter'.

Kan den visuelle kommunikationsmodel undersøge interaktion på Facebook?

Lisbeth Thorlacius' visuelle kommunikationsmodel er primært rettet mod analyse på websites, og har givet os indblik i, hvordan afsender og modtager kommunikerer

med hinanden via nettet, og hertil hvordan de har benyttet mediets tekniske midler i deres interaktion. Modellen er funktionelt og æstetisk orienteret med sit fokus på, hvordan afsenderen frembringer sit budskab, og hertil hvordan denne tager højde for modtagerens evne til at forstå. Den visuelle kommunikationsmodel er derfor særligt stærk i forhold til at undersøge, hvordan afsender og modtager benytter intersemiotiske funktioner som humørikoner, illustrationer, billeder og video til at forstå hinandens koder. Ligeledes inddrager modellen en forståelse af mediets navigative funktion, hvilket er nyttigt i forhold til at forstå modtagernes mulighed for interaktion gennem Facebook-opslagets tilknyttede kommentar-funktion samt muligheden for at 'like' eller dele et opslag. I dette tilfælde er 'like'-funktionen også forbundet til kodens intersemiotiske funktion, idet de interagerende personer ved, at hvis de 'liker' opslaget, viser de samtidig, at de har en positiv mening om opslagets indhold.

Modellen har samtidig også en række svagheder i forhold til at kunne analysere interaktionen på Facebook. Thorlacius taler i forbindelse med 'den implicitte modtager' om den interaktive funktion, hvilket angår modtagerens mulighed for at interagere med afsenderen.

I analysen anser vi alle 'likere' af politikernes Facebook-sider som implicitte modtagere, idet vi må gå ud fra, at deres 'like' af siden er ensbetydende med en interesse for politikerens. Men ikke alle implicitte modtagere vælger at interagere med politikerne gennem de forskellige Facebook-opslag. I henhold til Facebook, må vi derfor skelne mellem aktive implicitte modtagere og passive implicitte modtagere. Ligeledes er modellen ikke behjælpelig i forhold til at forstå, hvordan betydningsindholdet af et 'like' og en positiv kommentar differentierer sig fra hinanden, hvilket kan have betydning for, hvordan afsender og modtager opfatter værdien af kommunikationens indhold, og derved opfattelsen af afsenderen. På trods af, at modellen analyserer websites, er den ikke tilpasset til at kunne analysere kommunikation på de sociale medier. Desuden har modellens navigative funktion svagheden, at den kun er koncentreret om strukturering af websites og tilgængeligheden af links, og glemmer derved at undersøge, hvordan afsender og modtager, gennem brug af links kan

påvirke hinandens opfattelser. For at imødekomme denne problemstilling valgte vi at inddrage storytelling samt digital storytelling, da de netop har fokus på fortællingens forløb, modtagernes opfattelser og mulighed for at påvirke kommunikationen.

Modellen kan således anvendes i forhold til at undersøge den sproglige forvaltning i interaktionen mellem afsender og modtager, men afskærer sig fra at undersøge betydningen af links i forhold til at fremføre et budskab.

Kobling af mediet teori og metodeteori

Gennem udarbejdelsen af analysen har vi fundet frem til, at analyserne af de kommunikative begivenheder og kommunikationssituationen supplerer hinanden. Dette oplevede vi blandt andet i brugen af symbolske og visuelle cues, hvor den visuelle kommunikationsmodel viste, hvad der kendetegnede disse cues, mens Goffman og Thompson guidede os til, hvordan vi skulle forstå deres symbolske indhold samt deres betydninger for interaktionen og selviscenesættelsen. Gennem den navigative funktion kunne vi udlede en konkret adfærd, idet mediets brug af funktionen har betydning for, i hvilket omfang modtagerne kan interagere med afsenderne, og vi kunne herved få indblik i modtagernes opfattelse af afsenderens handling i det konkrete tilfælde.

Ligeledes har storytelling, digital storytelling og den semiotiske tegnrelation fokus på, hvordan afsender frembringer sin fortælling, og hvordan modtageren kan påvirke fortællingens forløb og derved øvrige modtageres opfattelser af afsenderen. Afsenderen slipper derved kontrollen over kommunikationen på sin Facebook-side, hvilket har betydning for 'ansigtet' gennem storytellingen. Afsenderen kan forsøge at opretholde eller rette op på 'ansigtet' ved eventuelt at forklare sin pointe yderligere overfor modtagerne. På denne måde skaber muligheden for interaktion og fortællingen grundlag for, at der på Facebook kan foregå en social samhandling mellem afsender og modtager. Den semiotiske tegnrelation har dog en svaghed i forhold til

analysen af interaktionen på Facebook, idet vi ikke i alle tilfælde kan forvente, at afsenderen giver respons til sine modtagere, og vi kan dermed ikke se, hvorledes modtagerne har påvirket deres afsendere til at korrigere deres adfærd.

Facebook – en augmented reality eller digital dualism?

Analysen inviterer til en åben diskussion, om der på Facebook er en augmented reality eller digital dualisme. Tilhængere af augmented reality, heriblandt Nathan Jurgenson¹ og Peter Svarre, taler for, at den fysiske verden og den virtuelle verden er tæt forbundet i deres afspejlinger til hinanden (Svarre, 2011: 17-22). Modsat heraf mener tilhængere af digital dualism, at den virtuelle verden og den fysiske verden er to separate verdner, der ikke har relationer til hinanden.

Ifølge Peter Svarre bruger folk sociale medier som Facebook, Twitter og LinkedIn til at afspejle deres personlige liv. Alt hvad menneskene foretager sig, deler de med offentligheden på de sociale medier; de deler deres inderste tanker og dybeste følelser, og de viser billeder og videooptagelser fra hverdagen. Svarre argumenterer således for, at den fysiske og virtuelle tilstedeværelse fusioneres til én helhed. Ligeledes taler Lee Siegel om, at teknologien er blevet inkorporeret i det sociale liv, og har betydninger for ændringerne i menneskenes sociale adfærd i forhold til det privat/offentlige (Siegel, 2008: 18). Disse ændringer kommer til syne ved, at de deler deres private liv med offentligheden, og samtidig følger med i, hvad der sker i andres liv gennem offentligheden.

Vi oplevede, gennem udarbejdelsen af analysen, at politikerne delte deres personlige liv, deres tanker og deres følelser på Facebook. Dette kom særligt til syne hos

¹ <http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>

tre politikere, hvor de gengav deres personlige oplevelse af at have følt sig krænket gennem Facebook, og modtagerne reagerede herpå. Vi kunne foruden dette se, at Facebook-brugerne havde en række forventninger til politikerne, og de kommunikerede det offentligt, hvis de mente, at politikerne ikke levede op til disse forventninger. Et eksempel herpå var, da en Facebook-bruger fortalte sin borgmester, at hun havde en forventning til, at han var folkelig som borgmester, men at hun ikke havde oplevet den nærvær fra ham, gennem Facebook, hun søgte at få. Et lignende tilfælde så vi, da en modtager var tvivlende overfor om politikerne læste Facebook-brugernes kommentarer. Han understøttede sin mistanke ved at linke op til en 'tråd' hvor han forgæves havde forsøgt at få svar fra samme politiker. Vi kunne endvidere se, at Facebook-brugerne gav hinanden reprimander, hvis nogen viste en uacceptabel adfærd eller grim tone på Facebook.

Foruden dette så vi, at Facebook-brugerne anvendte symbolske cues som erstatninger for deres virkelige ansigtsudtryk. Med de symbolske cues kunne de således give udtryk for deres humør, ligesom at de i den fysiske verden kan benytte nonverbal kommunikation som mimik til at understrege deres sproglige formidling. Vi kunne på baggrund af dette se, at der hos politikerne på Facebook og de øvrige Facebook-brugere var nogle normer og forventninger omkring social adfærd. Dette skabte en social samhandling, hvor Facebook-brugerne indbyrdes forsøgte at påvirke genstridige brugeres adfærd ved at få dem til at rette sig ind efter de normer og regler, der er skabt blandt brugerne.

Ud fra disse betragtninger, tyder det på, at der på Facebook er en augmented reality, idet brugerne gengiver deres personlige oplevelser og udtrykker deres følelser og morale overfor hinanden. Vi kan derfor se, at menneskene overfører normer og gældende regler for social adfærd fra den fysiske verden til den visuelle verden, og der sker således en online samhandling mellem mennesker. Ligeledes har menneskene et behov for at vise deres nonverbale udtryk, og de bruger hertil erstatninger i form af humørikoner. Menneskene har således tilpasset sig de sociale medier, men har samtidig overflyttet normer og regler til den virtuelle verden.

REFLEKSION OG PERSPEKTIVERING

KAPITEL 6

Refleksion og perspektivering

Efter at have diskuteret anvendeligheden og vores udbytte af teorierne i analysen, vil vi nu foretage en vurdering af analyserammens virke, samt en perspektivering, der leder op til en videre potentiel undersøgelse af politikeres selvscenesættelse på Facebook.

Analyserammens virke

Vi har gennem udarbejdelsen af analysen valgt at sætte fokus på enkeltstående eksempler, som alle består i politikeres Facebook-sider, hvorved vi har vekslet mellem at undersøge den kommunikative begivenhed og kommunikationssituationen. Vi har således haft en konstant vekselvirkning mellem mikroniveau og makroniveau, hvilket skabt en dynamik i analysen, fordi vi har kunne undersøge hvordan det sociale samspil kommer til udtryk gennem forvaltninger af sproget. Ved at analysere fem eksempler, bestående af opslag fra fem forskellige Facebook-sider, har vi kunne se, at der har dannet sig et mønster i politikernes brug af indtryks-styring overfor deres modtagere. Vi har eksempelvis kunne se, at alle politikerne kun har givet respons i tilfælde, hvor modtagernes forventninger ikke stemmer overens med det udtryk, politikerne forsøger at give. Da flere af eksemplerne har samme karakter, men hvor der gives forskellige udtryk, har vi samtidig kunne se, i hvilke tilfælde, der opstår truende situationer for politikerne, og i hvilke tilfælde, der ikke gør.

Fordi vi har valgt at analysere fem forskellige politikeres Facebook-sider frem for én, har analysestrukturen samtidig svagheden, at den afskærer sig fra at kunne undersøge den samme politikers gennemgående optrædener gennem flere af sine Facebook-opslag. Modellen giver derved ikke mulighed for at undersøge, hvordan de dramaturgiske elementer spiller sammen gennem de forskellige opslag, og vi får således kun et snævert indblik i de enkelte politikeres selviscenesættelser på Facebook. Dette ville kunne have givet os et mere nuanceret billede af, hvordan de enkelte politikere, gennem sin overordnede linje, fremstår på Facebook, eller om politikere gennemgående anvender de samme metoder indenfor indtryks-styring og 'ansigts-arbejde'.

Endvidere er vores valgte teorier alle meget omfangsrige, og kunne hver især udgøre en analyse for sig. Vi har derfor afgrænset os til at udvælge disse dele, som passer i forhold til de specifikke tilfælde i vores udvalgte eksempler, og hvor vi har kunne spore en indtryks-styring. Dette betyder, at analyserne ikke bliver helt ensartede i sine faconer, og at alle teorierne ikke altid bliver anvendt til fulde drag. Eksempelvis optræder den metakommunikative funktion kun i de tilfælde, hvor der er brugt nogle sproglige koder, der har relateret sig til politikernes givne udtryk i deres selviscenesættelser. Ligeledes har vi i teoriafsnittet beskrevet Goffman's forståelse af udenforstående publikummer, men drager ikke nytte af det i analysen. For at undgå denne problematik, kunne vi have valgt at indsnævre teorivalget til kun at beskæftige os med relevante dele af de udvalgte teorier.

Da vi i undersøgelsen kun analyserer på baggrund af iagttagelser af politikernes fremstående, som de har fremstået for os, har det ikke været muligt at undersøge politikernes egne intentioner, og hvorledes de korrigerer deres selvopfattelse gennem interaktionen med deres modtagere. På samme vis har vi ikke indsigt i baggrunden for modtagernes opfattelser af virkeligheden, hvilket kan have betydning for, om de forholder sig positivt eller negativt, og hvorledes de forsøger at påvirke politikeren til at rette sig ind i forhold til deres egne forståelser. Undersøgeren kan derved, i lignende undersøgelser, drage fordel af en foranalyse, hvor vedkommende foretager

interviews med politikerne og deres modtagere, og foretager en segmentering på baggrund heraf. Ved interviews med modtagerne vil vi samtidig kunne få en dybere indsigt i, hvilke historier, de finder mest interessante, i hvilket omfang de selv interagerer med politikerne gennem deres Facebook-sider, og om de aktivt opsøger politikerne. Derudover kender vi ikke til modtagernes holdninger og forventninger til afsenderen, hvilket kan have betydning for deres reaktioner.

Analysestrukturen har derfor både styrker og svagheder, men er med sin kobling af den kommunikative begivenhed og kommunikationssituationen velegnet til at undersøge specifikke dele af optrædener gennem få udvalgte Facebook-opslag, og hvor der danner sig et mønster af politikernes optrædener inden for det givne felt. Det er derfor væsentligt, at undersøgeren fra start opstiller nogle kriterier for, hvilke dele af optrædener, der fokuseres på. Dette kunne eksempelvis være, hvordan et 'ansigts-arbejde' eller en holdoptræden foregår.

Analyserammens afspejling og adskillelse fra kritisk diskursanalyse

Analysemodellen i dette speciale afspejler sig på mange måder i Normann Fairclough's model for sin kritisk diskursanalyse (CDA). Dette ses ikke blot i forhold til begrebet 'den kommunikative begivenhed', som vi har 'lånt' fra kritisk diskursanalyse, men også i forhold til vores vekslen mellem næranalysen af de specifikke tilfælde, som sker igennem politikernes sprogbrug og kommunikationssituationen, hvor vi tager de sociologiske 'briller' på. Det kan derfor argumenteres for at kommunikationssituationen minder om, hvad Fairclough betegner som social praksis. Denne sociale praksis kan ifølge Fairclough betragtes som noget; "*den kommunikative begivenhed er en del af*" (Jørgensen og Phillips, 1999: 80), og skaber således en bredere forståelse af begivenheden. Dette gør den blandt andet ved at inddrage ikke-diskursive elementer så som sociologiske teorier. Den sociale praksis er såle-

des en sammensværgelse af diskursive elementer, som fremtræder gennem sprogbbru-
gen, og sociologiske teorier (Jørgensen og Phillips, 1999: 82).

De to modeller er desuden ensartet i forståelsen, at der sker en produktion og re-
produktion af de interagerende personers sociale adfærd. Dette ses ved, at der i spe-
cialets analyseramme er fokus på, hvordan politikerne lader sig korrigere i forhold
til modtagernes responser. Her har social praksis i kritisk diskursanalyse fokus på
hvordan den sociale verden bliver produceres og reproduceres ud fra indflydelse fra
andre sociale praksisser (Jørgensen og Phillips, 1999: 86).

Analyserammen adskiller sig fra den kritiske diskursanalyse ved ikke at have fokus
på hegemoniske magtkampe, der bunder i afsender og modtagers ideologier (Jør-
gensen og Phillips, 1999: 86). I stedet analyserer analyserammen på den sociale
samhandling mellem politikerne og deres modtagere, og hvor der ikke er fokus på
magtbalancen. Ligeledes adskiller analysemodellen sig fra den kritiske diskursana-
lyse med sit fokus på, hvordan menneskene udnytter de sociale mediers mulighed
for gensidig interaktion. Fairclough foreslår desuden i forbindelse med sin kritisk
diskursanalyse, at undersøgerne foretager en tekstanalyse. Her adskiller de to ana-
lysemodeller sig fra hinanden, da vi i specialets analyseramme ikke foretager en
semantisk og grammatisk tekstanalyse, men nærmere en formmæssig analyse af
interaktionerne mellem politikerne og deres modtagere på Facebook. Denne analyse
af interaktionerne er fordelagtig, da den fokuser på, hvordan afsender og modtager
først og fremmest kan præge hinanden gennem deres fortællinger og budskaber
gennem kommentar-feltet, men også i forhold til, hvordan de benytter mediets funk-
tioner som 'likes' til at vise interesse for opslaget, og derved til at gøre udtryk for en
adfærd. Denne mulighed ville vi ikke have haft med tekstanalysen.

Teoriene, som danner baggrund for analysemetoderne adskiller sig desuden fra
hinanden i sine videnskabelige tilgange. Fairclough er tilhænger af kritisk realisme
(Hansen, 2013: 440), der tager afstand fra, at virkeligheden kan forstås ud fra men-
neskenes sociale konstruktioner (Jespersen, 2013: 171). Modsat heraf opfatter sym-

bolske interaktionister virkeligheden som noget, menneskene forhandler sig frem til (jf. metode), og placerer sig herved indenfor det konstruktivistiske paradigme, som mener, at sandhed er socialt bestemt (Presskorn-Thygesen, 2012: 36).

Perspektivering

Som vi nævnte i afsnittet ”analyserammens virke”, ville analyserammen have gavn af en dybere undersøgelse af afsender og modtagers intentioner og opfattelser. Selvom vi nævnte, at en analyse af denne art kunne foretages som en foranalyse, vælger vi at se på, hvordan der ville kunne foretages en videre undersøgelse af modtagernes opfattelser.

Vi kunne gennem analysen se, at mange af modtagerne har en forventning om, at politikerne i visse tilfælde giver dem en respons, mens de i andre tilfælde ikke kræver respons. Vi finder det på denne baggrund interessant at undersøge, hvilke forventninger modtagerne har til politikernes fremstående på Facebook. Spørgsmålene melder sig her, om modtagerne forventer, at politikerne har en Facebook-side, og i hvilket omfang de forventer, at politikernes Facebook-opslag har karakter af en personlig fremtræden, hvor der berettes om indhold fra deres privatliv, eller om de ønsker et mere politisk indhold. For at finde ud af dette, kunne vi vælge at foretage et fokusgruppeinterview med modtagerne. Ulempen ved fokusgruppe-interviewet er dog, at respondenterne kan påvirke hinanden, og vi får derfor ikke indblik i deres reelle tanker. Fordelen ved fokusgruppe-interview er at vi vil kunne få et indblik i flere personers opfattelser, end hvad der ville være muligt med enkelt-interviews.

En videre undersøgelse af modtagernes opfattelser vil give os et dybere indblik i, hvordan politikerne bør fremstille sig i forhold deres til modtageres interesser. Her til om de skal lægge større vægt på underholdningsværdien frem for alvoren eller modsat. Det er dog stadig vigtigt at have in mente, at nogle opslag kan være acceptable for nogen modtagere, mens samme opslag kan være grænseoverskridende for andre, netop fordi at modtagerne har differentierede opfattelser.

Man kan hertil også undersøge, om disse opfattelser kun gør sig gældende på Facebook, eller om de også gælder på andre sociale medier. I forlængelse af dette kunne man undersøge, hvilket indhold politikerne deler med modtagerne, og i hvilket omfang modtagerne interagerer med politikerne ved at bidrage med eget indhold.

KAPITEL 4

KONKLUSION

Konklusion

Der danner sig et mønster.....

Efter at have foretaget analysen af de fem eksempler, vil vi nu konkludere på undersøgelsen samt analyserammens virke. Følgende vil vi konkludere på specialets problemstilling som lyder:

Hvordan kan politikere, gennem deres selviscenesættelser på Facebook, styre modtagernes indtryk i bestemte retninger, og kan der identificeres nogle særlige kendetegn vedrørende politikeres iscenesættelse på Facebook?

Til at besvare vores problemstilling har vi taget udgangspunkt i en række undersøgsmål, som vi først vil besvare. På baggrund af disse besvarelser vil vi nå frem til et samlet indblik i, hvordan politikernes selviscenesættelser kommer til udtryk på Facebook i disse tilfælde, gennem opslagenes sproglige og symbolske indhold. I undersøgsmålene vil vi samtidig konkludere på analyserammens virke. Dernæst vil vi konkludere på det overordnede samspil mellem politikere og deres modtagere.

Hvordan kan modtagerne påvirke politikernes selviscenesættelser?

Gennem udarbejdelsen af analysen, fandt vi frem til, at modtagerne i høj grad påvirker politikernes selviscenesættelse. Dette gjorde modtagerne gennem deres brug af digital storytelling, hvormed de prægede politikernes fortællinger og budskaber i andre retninger end politikerne havde tiltænkt. Denne digital storytelling lader

sig gøre på baggrund af den navigative funktion der muliggør brugen af links, delinger, 'likes' og kommentarer. Gennem brugen af links kan afsenderen trække på informationer, som de kan sprede til en ubestemt mængde modtagere. Samtidig kan modtagerne 'poste' opslag på politikernes Facebook-sider.

Modtagernes mulighed for interaktion gør derved, at politikerne mister kontrollen over deres Facebook-side. Gennem brugen af disse kan modtagerne påvirke politikernes selviscenesættelse, både i en negativ og en positiv retning. Modtagernes mulighed for interaktion kan derved true politikernes 'ansigt'. Det er derfor vigtigt, at politikerne er konkrete i deres handlinger og ikke giver tvetydige udtryk til modtagerne på Facebook, men forholder sig neutrale.

Hvordan kan politikerne benytte visuelle og symbolske cues til at fremstå på en bestemt vis?

Til at fremstå på bestemt vis overfor modtagerne, benytter politikerne sig af visuelle og symbolske cues. Med disse kan politikerne give udtryk for deres humør og følelser og lader på den måde de symbolske cues være erstatninger for nonverbale udtryk, som vi kender fra den fysiske verden. På samme måde som man i den fysiske verden benytter den nonverbale kommunikation til at understøtte den verbale fremfærd, benytter brugerne visuelle og symbolske cues til at understøtte det skriftsproglige indhold.

Hvordan opretholder politikerne deres 'ansigter' i truende situationer?

For at styre modtagernes indtryk af sig i truende situationer, benytter politikerne på Facebook sig af 'ansigts-arbejde'.

Politikerne kan gennem 'ansigts-arbejdet' forsøge at styre modtagernes indtryk af sig. De må derfor forholde sig til de givne normer, der eksisterer på de sociale medier, som Facebook-brugerne har forhandlet sig frem til. Dette gælder blandt andet i forhold til, at politikerne må anonymisere de personer som de offentliggør.

Ydermere må de ikke udstille personer ved at latterliggøre dem, og samtidig må de ikke udstille personer som de burde samarbejde med eksempelvis gennem politiske partier og andre personer i politikernes parti.

Ligeledes forsøger politikerne at tilpasse sig de normer og forventninger, modtagerne har til deres roller som politikere på Facebook. Særligt fremtrædende er forventningen, at politikerne skal være nærværende overfor deres modtagere, og de skal konstant være klar til at kunne være i syne for disse modtagere. Hvis modtagerne har forventninger der er modstridende til politikernes forventninger i forhold til deres rolle som offentlig person, forsøger politikerne at legitimere deres rolle overfor modtagerne og derved vise at de kan leve op til disse forventninger. Dette gør politikerne gennem kommentar-feltet på Facebook.

Vi vil i det følgende besvare specialets problemstilling, som lyder:

Hvordan kan politikere, gennem deres selviscenesættelser på Facebook, styre modtagernes indtryk i bestemte retninger, og kan der identificeres nogle særlige kendetegn vedrørende politikeres iscenesættelse på Facebook?

Med modtagernes mulighed for interaktion på Facebook, er politikernes 'ansigter' særdeles truede, idet modtagerne med stor sandsynlighed kan komme til at påvirke øvrige modtageres tillid til politikerne. Samtidig er der blandt Facebook-brugerne en række gældende normer og regler for social adfærd, som gælder i online interaktion. Det er eksempelvis væsentligt ikke at give flere udtryk, der er modsatrettede, da modtagerne herved kan komme til at opfatte politikerens som værende dobbelt-moralsk.

Politikeren må ligeledes være opmærksom på, at disse udtryk ikke strider imod den overordnede linje, vedkommende ønsker at føre overfor sine modtagere. Hvis ikke politikerne følger disse normer eller utilsigtet 'træder ved siden af', vil modtagerne, der har en negativ indstilling til den anviste adfærd, offentligt forsøge at

få den pågældende politiker til at tilpasse sig efter modtagernes egne opfattelser af, hvad der er korrekt og forkert adfærd. I tilfælde af, at nogle modtagere har samme opfattelse af korrekt adfærd, som den pågældende politiker, vil denne forsøge at forsvare politikerens handling. Det fremgår således af analysen, at hvad der opfattes som korrekt adfærd hos nogle modtagere, kan opfattes som forkert adfærd af andre modtagere. Politikerne må derved agere med omtanke for potentielle fejltrin i forhold til modtagernes normer. Dette kan de gøre ved at forholde sig neutralt overfor en given sag, samt undgå at udstille sine modtagere i en negativ facon. Hvis politikerne alligevel 'træder ved siden af', må de sørge for altid at have et 'ansigts-arbejde' parat. Dette 'ansigts-arbejde' består som oftest af en respons, der indeholder en legitim forklaring på politikerens handling. Det gælder derfor om, både at kunne leve op til modtagernes forventninger til politikerens handling, såvel som politikerens egne ambitioner for udførelsen af rollen. Vi ser derved en intimiceret offentlighed på Facebook, da politikerne giver udtryk for deres tanker, følelser og oplevelser overfor deres modtagere. Ligeledes forventer modtagerne, at politikerne viser nærvær og er tilgængelige gennem Facebook.

Vi havde fra start tanken, at der kunne opstå skandaliseringer gennem politikerens Facebook-sider, idet modtagerne kan inddrage sager, der kan have negative og alvorlige konsekvenser for politikerne. Vi erfarede dog, at vores fem udvalgte politikere, trods truende situationer, ikke var udsat for skandaler af alvorlig karakter. Vi oplevede dog enkelte skandale-potentialer af mindre karakter. I disse tilfælde lod politikerne samtalen 'glide ud', og der opstod herved ikke yderligere fare.

Vi kan derfor se, at der på Facebook foregår sociale samhandlinger mellem politikere på Facebook og de øvrige Facebook-brugere. At dette lader sig gøre, skyldes Facebooks navigative funktion, som gør, at Facebook-brugerne har mulighed for gensidigt at interagere med hinanden. Den navigative funktion har samtidig betydning for, at der på Facebook kan blive fortalt stories og digital stories. Politikerne benyttede særligt disse fortællinger til at sætte sig i scene overfor sine modtagere. Fortællingerne bestod ofte i gengivelser af deres personlige oplevelser af hændelser,

som de havde en subjektiv holdning til. For at understøtte deres fortælling, valgte flere af politikerne at anvende visuelle elementer. Dette kom særligt til udtryk igennem brugen af printscreens eller videomateriale. Gennem storytelling kunne politikerne derved forsøge at fremstå på en bestemt vis overfor sine modtagere. Gennem digital storytelling kunne modtagerne bidrage med indhold, der kunne påvirke politikernes selviscenesættelser i positive og negative retninger.

I frembringelserne af sine fortællinger benytter politikerne samtidig appelformer. Gennem brugen af disse appelformer forsøger politikerne at præge deres modtagere til at få den samme opfattelse som de selv har, og derved til at kunne skabe en fælles virkelighedsforståelse. Politikeren kan eksempelvis bruge pathos til at vise en moralsk adfærd overfor sine modtagere.

Vi kan således konkludere, at det, gennem specialets analyseramme, er muligt at undersøge en konkret adfærd ud fra brugernes interaktioner på Facebook. Tilmed fandt vi frem til, at der på samme måde som i den fysiske verden, findes en række normer for social adfærd, og at der sker en online samhandling mellem brugerne. Denne samhandling skyldes særligt den navigative funktions muliggørelse for digital storytelling.

LITTERATURLISTE

Litteraturliste

Aristoteles (2002): "*Aristoteles: Retorik Bog A*" i Aristoteles (2002) (oversat af Thure Hastrup): "*Aristoteles Retorik*" København: Museum Tusculanums Forlag, 1. udgave 4 oplag.

Brinkmann, 2008: "*Kapite 1 – Identitet som selvfortolkning*" i Brinkmann, 2008: "*Identitet – udfordringer i forbrugersamfundet*", Aarhus: Klim, 1. Udgave, 3. Oplag

Dahl, K. ; Olesen J.A. (2003): "*Retorik – når teksten vil noget*" i Jensen, E.H; Olesen J.A: "*Tekstens univers – en introduktion til tekstvidenskab*", Aarhus: Forlaget Klim

Fog, K.; Budtz C.; Munch P.; Blanchette, S. (2010): "*Chapter 1: Branding Through storytelling*" in Fog, K.; Budtz C.; Munch P.; Blanchette, S (2010): "*Storytelling – branding in practice*". Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2. Udgave.

Goffman, E. (1959): "*The presentation of self in everyday life*", New York: Anchor Books, 1. Edition.

Goffman, E. (1967): "*On Face-Work*" in Goffman, Erving (1967) "*Interaction Ritual - Essays on face-to-face behavior*", New York: Pantheon Books, 1. Udgave.

Hansen, H (2012): ”Kapitel 1 – hvad er et brand?” i Hansen, H (2012): ”*Branding – teori, modeller og analyse*”, Frederiksberg: Samfundslitteratur, 1. Udgave

Hansen, A.D. (2013) ”Kapitel 14 – Diskursteori i et videnskabsteoretisk perspektiv” i Rasborg, K. Fuglsang; L.; Olsen P. B. (2013): ”*Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer*”, Roskilde: Roskilde Universitetsforlag, 3. Udgave 1. Oplag.

Harste, G.; Mortensen, N. (2007): ”Kapitel 12 – sociale samhandlingsteorier” i Andersen, H.; Kaspersen, L.B. (red.) (2007): ”*Klassisk og moderne samfundsteori*”, København: Hans Reitzels Forlag, 4. Udgave, 5. Oplag.

Hjarvard, S. (2008): ”*En verden af medier. Medialisering af politik, sprog, religion og leg*”. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 1. Udgave.

Hjarvard, S. (2005): ”*Det selskabelige samfund. Essays om medier mellem mennesker*.” Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2. Udgave.

Horner, W.B. (1988): ”*Formulating a thesis*” i Horner, W.B. (1988): ”*Rhetoric in the classical tradition*”, New York: St. Martins Press

Jacobsen, M. Hviid; Kristensen, S. (2007): ”Kaptitel 4: Tilværelsen som et teater – samfundet som en scene” i ”*Erving Goffman – sociologien om det elementære livs sociale former*”, København: Hans Reitzels Forlag, 1. Udgave, 1. Oplag.

Jensen J.F. (2002) ”*Roadtrip til Informations-Motorvejen*” i Jensen J.F.: (2002) ”*Internet World Wide Web Netværks-kommunikation – om netmedier, netkulturer, beboede 3D virtuelle verdener og meget mere...*” Aalborg: Aalborg Universitetsforlag 1. Udgave, 2. Oplag.

Jenkins, H. (1992): *"Introduction"* i Jenkins, H. *"Textual poachers – television fans & participatory culture"*, London: Routledge, Chapman and Hall, Inc.

Jespersen, J. (2013): "Kapitel 5: Kritisk realisme – teori og praksis: En samfundsvidenskabelig metodologi baseret på "common sense and reality"" i Rasborg, K. Fuglsang, L.; Olsen P. B. (2013): *"Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer"*, Roskilde: Roskilde Universitetsforlag, 3. Udgave 1. Oplag.

Jørgensen, C.; Villadsen, L. (2009): "Kapitel 1. Hvad er retorik?" i Jørgensen, C.; Villadsen, L. (2009): *"Retorik. Teori og praksis"*, Frederiksberg: Samfundslitteratur, 1. Udgave.

Jørgensen, M.W; Phillips, L. (1999): "Kapitel 3: Kritisk diskursanalyse" i Jørgensen, M.W; Phillips, L. (1999): "Diskursanalyse som teori og metode", Frederiksberg: Samfundslitteratur, 1. Udgave, 7. Oplag.

Kvale, S.; Brinkmann, S. (2009): "Kapitel 15. Den sociale konstruktion af validitet" i Kvale, S.; Brinkmann, S. (2009): *"Interview – Introduktion til et håndværk"*, Hans Reitzels Forlag, København, 2. Udgave, 2. Oplag.

Kristiansen, S.; Krogstrup H.K. (1999): "Kapitel 2. Observationsmetoden og dens former" i Kristiansen, S.; Krogstrup H.K. (1999): *"Deltagende observation. Introduktion til en forskningsmetodik"*, Hans Reitzels Forlag, København, 1. Udgave, 5. Oplag.

McCroskey, J.C. (2001): "Ethos: A dominant factor in rhetorical communication" i McCroskey, J.C. (2001): *"An introduction to rhetorical communication"*, Boston: Forlaget Allyn & Bacon.

Meyrowitz, J. (1985): "Chapter 3 – Media, Situations, and Behavior" in Meyrowitz,

J. (1985) *"No Sense of Place – The Impact of Electronic Media on Social Behavior"*, New York: Oxford University Press.

Presskorn-Thygesen, T. (2012): *"Kapitel 2: Samfundsvidenskabelige paradigmer – fire grundlæggende metodiske tendenser i moderne samfundsvidenskab"* I Nygaard, C. (2012) *"Samfundsvidenskabelige analysemetoder"*, Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2. Udgave, 2. Oplag.

Rasborg, K. (2013): *"Kapitel 13 - Socialkonstruktivismen i klassisk og moderne sociologi"* i Rasborg, K. Fuglsang, L.; Olsen P. B. (2013): *"Videnskabsteori i samfundsvidenskaberne – på tværs af fagkulturer og paradigmer"*, Roskilde: Roskilde Universitetsforlag, 3. Udgave 1. Oplag.

Rose, G. (2009): *"Kapitel 3 – Billedanalyse"* i Rose, G.; Christiansen, H.C. (2009): *"Analyse af billedmedier – en introduktion"*, Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2. Udgave.

Sennett, R. (1976): *"Chapter 1 – The Public Domain"* in Sennett, R. (1976): *"The Fall of The Public Man"*, New York, London: W.W. Norton & Company.

Siegel, L (2008): *"Chapter 1 – The World Is All That Is the Case"* i Siegel, L (2008): *"Against the machine – How the Web is Reshaping Culture and Commerce – and Why It Matters"*, New York: Spiegel & Grau, an imprint of The Doubleday Publishing Group, a division of Random House, Inc. 1. Edition.

Svarre, P. (2011): *"Kapitel 1 – mødet med det nye menneske"* i Svarre, P. (2011): *"Den perfekte storm – læg kursen for virksomhedens strategi i de sociale medier"*, København: Gyldendal, 1. Udgave, 4. Oplag.

Sørensen, T. (1991): *"Det interaktionistiske perspektiv"* i Sørensen, T. (1991):

"Sociologien i hverdagen – indføring i nyere gruppesociologi", Aarhus: Forlaget Gestus, 1. Udgave, 1. Oplag.

Thompson, John B. (2001): *"Kapitel 1 – Kommunikation og social kontekst", "Kapitel 2 – Medierne og det moderne samfunds udvikling", "Kapitel 3 – Medieret interaktion" og "Kapitel 4 – Den ændrede synlighed"* i: *"Medierne og moderniteten. En samfundsteori om medierne"*, Hans Reitzels Forlag A/S, København 2001, 1. Udgave, 1. Oplag.

Thompson, John B. (2002): *"kapitel 1 – Introduktion", "kapitel 2 – Den medierede skandale", "Kapitel 3 – Skandalen som medieret begivenhed" og "Kapitel 4 – Den politiske skandales væsen"* i: *"Den politiske skandale. Magt og synlighed i mediealderen"*, Hans Reitzels Forlag A/S, København 2002, 1. Udgave.

Thorlacius, L. (2002): *"Del 2: Modellen og analysen"* i Thorlacius, L. (2002): *"Visuel kommunikation på websites"*, Frederiksberg: Samfundslitteratur, 1. Udgave.

Page, R.E. (2013): *"Introduction", "Chapter 4 – Storytelling Styles in Facebook Updates"* in Page, R.E. (2013): *"Stories and Social Media – Identities and Interaction"*, New York: Routledge, 1. Edition.

Hjemmesider

Van Zoonen, Liesbet (2012): "*I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture*", *European Journal of Communication* 27: 56 DOI: 10.1177/0267323112438808. <http://ejc.sagepub.com/content/27/1/56>

Lokaliseret den 8. oktober 2013 kl. 9:50

http://malenel.files.wordpress.com/2010/09/ph-d-afhandling_malene-charlotte-larsen.pdf - lokaliseret den 19. April 2014, kl. 11.20.

<http://woview.infomedia.dk.zorac.aub.aau.dk/?url=http://jyllands-posten.dk/indland/ECE6551295/nu-skal-det-vaere-slut-med-at-skrive-federluder-pa-nettet&OpointData=e4f5a5caae8f4da1bf3691c3d3764dc1Jm-lkX3NpdGU9MzE5JmlkX2FydGljbGU9NzA1NDU5JmlkX3VzZXI9Mjg-oMCZpZF9hcHBsaWNhdGlvbjozMdAwMzU5Jmxhbm9ZW4> - lokaliseret den 12. Marts 2014 kl. 10:38

<http://www.tv2nord.dk/artikel/279485>
lokaliseret den 20. Marts 2014 kl. 08:54

<http://www.tv2nord.dk/artikel/272669>
lokaliseret den 20. Marts 2014 kl. 08:57

<http://frontpage.cbs.dk/insights/670005.shtml>
lokaliseret 2. Maj 2014 kl. 14:51

<http://www.nyu.edu/classes/bkg/methods/netnography.pdf>
lokaliseret 2. Maj 2014 kl. 16:32

<http://thesocietypages.org/cyborgology/2011/02/24/digital-dualism-versus-augmented-reality/>
lokaliseret 20. maj 2014 kl. 16:13

De fem empiriske eksempler:

<https://www.facebook.com/AndersSamuelsenLA?fref=ts>
lokaliseret den 4. Maj 2014 kl. 14:11

<https://www.facebook.com/stemteis?fref=ts>
lokaliseret den 18. April 2014 kl. 11:59

<https://www.facebook.com/kristianjensen.venstre?fref=ts>
lokaliseret den 19. Maj 2014 kl. 09:58

<https://www.facebook.com/nina.hygum?fref=ts>
lokaliseret den 2. Maj 2014 kl. 15:00

<https://www.facebook.com/ThomasKastrupLarsen?fref=ts>
lokaliseret den 4. Maj 2014 kl. 08:27

