



AALBORG UNIVERSITET  
INSTITUT FOR KOMMUNIKATION  
HUMANISTISK INFORMATIK  
RENSBURGGADE 14  
9000 AALBORG

## Titelblad

### **Unge og medier – en undersøgelse af unges konflikter og følelser online**

Aalborg Universitet – København

September 2015

Kommunikation 10. Semester

Vejleder: Bolette Blaagaard

Anslag: 153.461 – 63,95 normalsider

04.09.15

Marie Thyrsting Lorenzen \_\_\_\_\_

## **Abstract**

Social Network sites have become prominent parts of life for many young people today. According to various research studies in the field of online social networks, it has been revealed that these Social Network sites are impacting the lives of youth greatly.

The purpose of this paper is to examine how young people use the online and offline spaces when communicating emoticons and dealing with conflicts. By means of a qualitative target group study of 16 people between 11 and 13 years, this study aim to contribute to the ongoing debates on young people's use of the online and offline spaces.

The main objectives are (1) To analyze the how young express emoticons and deal with conflicts (2) To assess the preferred space to communicate these issues (3) To evaluate how young people navigate between the online and offline spaces.

Findings of the present study show that young people prefer the online space when expressing emoticons and use the offline space to deal with conflicts. In addition the study concludes that young people maneuver between the online and offline spaces while being aware of their opportunities and limitations.

<b>FORORD</b>	<b>5</b>
<b>INDLEDNING</b>	<b>6</b>
<b>PROBLEMFELT</b>	<b>7</b>
<b>PROBLEMFORMULERING</b>	<b>7</b>
<b>METODE</b>	<b>8</b>
<b>MÅLGRUPPE</b>	<b>8</b>
<b>AFGRÆNSNING</b>	<b>9</b>
<b>VIDENSKABSTEORI</b>	<b>10</b>
<b>MIN ROLLE SOM FORSKER</b>	<b>11</b>
<b>VALIDITET</b>	<b>13</b>
<b>EMPIRISK METODE</b>	<b>13</b>
VALG AF KVALITATIV METODE	13
FOKUSGRUPPER – HVORFOR OG HVORDAN	14
SAMMENSÆTNING AF FOKUSGRUPPER	15
ADGANG TIL FELTET	16
UDFØRELSE AF INTERVIEWS	17
INTERVIEWGUIDE	17
REFLEKSIONER OVER UDFØRTE FOKUSGRUPPER	18
<b>ANALYSESTRATEGI</b>	<b>18</b>
<b>DEN TEORETISKE FORSTÅELESERAMME</b>	<b>20</b>
<b>DE UNGES SAMSPIL MED TEKNOLOGIEN</b>	<b>20</b>
<b>TID - KONSTANT TILGÆNGELIGHED</b>	<b>24</b>
<b>RUM - FORANDRING AF DET FYSISKE RUM</b>	<b>26</b>
<b>MEDIERNES ROLLE</b>	<b>29</b>
<b>DE UNGES RELATIONER ONLINE</b>	<b>31</b>
<b>BEGREBSAPPARAT</b>	<b>34</b>
<b>ANALYSE 1 – UNGES FØLELSER ONLINE</b>	<b>36</b>
<b>AT UDTRYKKE FØLELSER ONLINE</b>	<b>36</b>
<b>EMOTICONS SOM NONVERBALT SPROG</b>	<b>41</b>
<b>EMOTICONS OG MISFORSTÅELSER</b>	<b>44</b>
<b>OPSUMMERING</b>	<b>49</b>
<b>ANALYSE 2 – UNGES KONFLIKTER ONLINE</b>	<b>51</b>
<b>FORETRÆKKER AT TALE OM KONFLIKTER I KLASSEN</b>	<b>51</b>
<b>PROBLEMATIKKER I DEN ONLINE KOMMUNIKATION</b>	<b>56</b>
<b>KONFLIKTER FLYDER SAMMEN ONLINE OG OFFLINE</b>	<b>59</b>
<b>OPSUMMERING</b>	<b>61</b>
<b>DISKUSSION AF DE TO ANALYSER</b>	<b>63</b>
<b>EMOTICONS EFFEKT I UNGES RELATIONER OG INTERAKTION</b>	<b>63</b>
<b>ER MEDIERNE TILSTRÆKKELIGE TIL AT KOMMUNIKERE OM FØLELSER?</b>	<b>64</b>

<b>FØLELSER OG KONFLIKTER SOM SOCIAL KAPITAL</b>	<b>65</b>
<b>SAMMENLIGNING AF DE TO ANALYSER</b>	<b>66</b>
<b>OPSUMMERING</b>	<b>66</b>
<b>KONKLUSION</b>	<b>68</b>
<b>LITTERATURLISTE</b>	<b>70</b>
<b>BILAG 1: INTERVIEWGUIDE</b>	<b>74</b>
<b>BILAG 2: BØRNS VILKÅRS PLAKATER</b>	<b>75</b>

## **Forord**

Så sker det! Finalen på fem års studier - sort på hvidt - samlet i et blå ringbind. Hvad der startede med spæde akademiske skridt på Handelshøjskolen i Aarhus, slutter nu på Aalborg Universitet i Sydhavnen med sol og havudsigt.

Specialets emnefelt udspringer fra mit praktikophold hos Børns Vilkår, hvor jeg i deres kommunikationsafdeling fandt stor glæde i at kommunikere med den yngre målgruppe, og følge dem på sidelinjen både, når livet går let, men også når det gør ondt og er besværligt.

Tak til min specialevejleder, Bolette Blaagaard, for dit store engagement, sene mail-korrespondancer og en helt igennem fantastisk faglig sparring.

Endelig en stor tak til Kryptonit specialekontor med dets dejlige mennesker. Med jer, frokostordning, opmuntringer og gyngeture har I ikke blot hjulpet til, at det blev en overkommelig opgave, men samtidigt en proces jeg ser tilbage på med stor stolthed.

Rigtig god læselyst!

## Indledning

Fremkomsten af de digitale interaktive medier så som computeren, mobiltelefonen og internettet samler og skaber uanede muligheder i dag for måder, hvorpå vi kan interagere og kommunikere med hinanden uafhængigt af tid og sted (Drotner 2011:280). Danskerne er et af de befolkningsfærd i verden, der har adgang til flest medier, og for mange udgør teknologien en stor del af deres hverdagsliv (Drotner 2011:275).

Dette gælder ikke mindst for den yngre generation. Langt de fleste børn og unge er i dag opvokset med den digitale teknologi, der ikke bare er en del af deres liv og hverdag, men som udgør et centralt omdrejningspunkt i deres sociale relationer og interaktion (Johansen 2014:6). DR Medieforsknings årlige rapport, om udviklingen i danskernes brug af de elektroniske medier, viser, at unge brugte mere end 3,5 time på internettet dagligt i 2014, hvilket er næsten dobbelt så meget som den voksne generation, der brugte 2 timer på internettet om dagen (DR Medieforskningen 2014).

Det er især computeren og mobilens *kommunikationsfunktion*, som den yngre generation benytter sig af. De bruger medierne til at kommunikere med deres venner og omgangskreds, og interagere om deres personlige interesser i forskellige netværk (Dronter 2011:280). På de unges topscorer ligger de sociale medier i spidsen af særligt populære interaktionsmedier både til at vedligeholde og interagere med allerede etablerede venskaber, men også til at danne nye og indgå i forskellige netværk (Larsen 2009). Alene på Facebook har 125 % af de 13-17 årige en profil – i hvert fald hvis man sammenligner Facebooks egne tal over antal profiler med folketal fra Danmarks Statistik. Det vil sige, der er langt flere profiler, end der er unge, hvilket skyldes mange under 13 år, som er minimumsalderen, også har en profil på det populære medie (Larsen 2013). Facebook udgør altså en central medieplatform i de unges online interaktion i dag, og ifølge Larsen er de ikke kun et vigtigt supplement til det fysiske samvær – de er for de unge en livline til vennerne (Larsen 2013).

Den yngre generation i dag kender ikke til et liv uden medierne, som i høj grad er med til at rammesætte deres sociale liv. Set ude fra virker generationen, der bliver kaldt de ”digitale indfødte”, tilfredse og positive overfor teknologien, der efterhånden indtræder i alle livets aspekter hos de unge, som de skal forholde sig til (Schultz 2011:31). Men gælder det også, når medierne bevæger sig det nærmere og indtræder i de unges del af livet, der er personlig og privat?

## **Problemfelt**

Hvad sker der, når medierne bevæger sig inden for intimsfæren og pludselig skal være en del af de unges sociale interaktion og relationer, når de er vrede, griner, græder og har brug for at udtrykke deres inderste følelser? Hvordan anvender de unge medierne, når de er uvenner og skal håndtere konflikter med deres venner? Kan det have nogen betydning, om de til- eller fravælger det online rum i disse situationer?

Dette er netop spørgsmål som disse, nærværende speciale vil forsøge at spore sig ind på og blive klogere på – både med hjælp fra de unges egne oplevelser og erfaringer, men samtidigt ved at inddrage og diskutere, hvordan forskerne inden for feltet betragter mediernes rolle i de unges sociale interaktion og relationer, når kommunikationsemnerne bliver af personlig karakter.

Det er ikke alle, der er enige i, hvorvidt medierne egner sig eller ikke til at rykke med ind i de unges intimsfære. Søren Schultz mener, at det er et vilkår, at medierne spiller en større rolle også, når kommunikationen bliver intim og personlig, som nutidens unge må leve med (2011). Turkle derimod tager stærkt afstand fra denne betragtning, og anser det som et vigtigt forhold, at de unge ikke blot lader sig blive ofre af teknologien, men tager et såkaldt ”vurderingstjek” af medierne og forholder sig kritiske til brugen heraf (2011).

Ovenstående er blot et uddrag af de mange problematikker, der fremtræder, når man idag taler om mediernes indflydelse på de unges sociale relationer og interaktion, og flere nøgleproblematikker af feltet vil senere synliggøres i specialets teoriramme.

Specialets overordnede formål er at forstå, ud fra centrale teoretiske diskussioner samt de unges egne erfaringer, hvordan de unge anvender medierne i deres sociale interaktion og relationer, når de ikke blot kommunikerer på overfladen om sjov og ballade, og den næste klassefest, men derimod, hvilken betydning medierne har, når nutidens unge kommunikerer om deres følelser og er uvenner med deres bedste ven.

## **Problemformulering**

Ovenstående undren har ført til følgende problemformulering:

*Hvordan indgår de offline og online rum i de digitale indfødtes sociale interaktion og relationer, når de skal kommunikere om konflikter og følelser i klassen, og hvilke implikationer har de?*

## Metode

I følgende afsnit vil jeg argumentere for specialets metodiske fremgangsmåde. Jeg vil heri blandt klarlægge mine refleksioner af mit valg af kvalitativ metode og dertil, vil jeg redegøre for specialets videnskabsteoretiske perspektiv. Endeligt vil jeg klarlægge mine overvejelser af den empiriske produktion, samt redegøre for analysestrategien.

## Målgruppe

Det følgende afsnit skal medvirke til at definere målgruppen for specialet – dvs. hvilke unge jeg i specialet vil fokusere på, samt synliggøre, hvorfor det netop er den yngre generation, der er særlig interessant at betragte i fremkomsten af den nye teknologi.

Generationen af børn og unge i dag er født og opvokset med internettet, computere og mobiltelefonen. Nutidens unge, eller som den amerikanske it-udvikler, Marc Prensky, betegner målgruppen ”*digital natives*”, på dansk ”*de digitale indfødte*”, har taget godt imod medierne, som de let og naturligt navigerer i. For dem er den online og konstante tilgængelighed blot en naturlig del af verden på lige fod med den fysiske (Prensky 2001:1). Anderledes anskues det hos den ældre generation, der ikke er født og opvokset med de digitale medier. De er mere skeptiske og skal i højere grad vænne sig til mediernes indtog. Denne generation kalder Prensky ”*digital immigrants*” - på dansk ”*digitale immigranter*”. De foretrækker at lære tingene et skridt ad gangen og anser læring som en alvorlig proces. De digitale indfødte er derimod vant til hurtige budskaber og trives ikke i lineære læringsprocesser (Prensky 2001:2). Nancy K. Baym arbejder ikke på samme vis med generationsbegrebet som Prensky, men mener, at der i et historisk perspektiv altid er udsprunget to modsatrettede reaktioner i de skiftende kommunikationskulturer og nye mediers indtog. Nogle er begejstrerede og ser mulighederne i de nye medier, og andre er skeptiske, og ser dem som en trussel mod de indbyrdes relationer (Baym 2010:2).

Den yngre målgruppe, de digitale indfødte, er herunder interessante at betragte, fordi de netop er opvokset med de digitale medier, og har taget medierne til sig som en helt naturlig del af deres sociale interaktion og relationer (Larsen 2009).

Der findes flere generationer af de digitale indfødte. Generationen jeg vil fokusere på i nærværende speciale, er de unge, der er født i midt 1990'erne og i dag befinder sig i alderen 12-20 år. Denne



generation bliver kaldt generation Z. De er efterkommere af generation X og Y, og bliver kaldt "second screen-generationen". De er i største grad digitale orienterede og betragter deres mobiltelefon, som en forlænget del af kroppen. De har altid liv i deres mobil, som de har med sig overalt, og er konstant tilgængelige for interaktion med deres omgangskreds. De begår sig på rigtigt mange digitale platforme, og ser mobiltelefonen som en helt naturlig komponent i deres kommunikation (Artikel 1).

I specialet vil jeg have den yngre målgruppe, de 11-13 årige, af generation Z for øje og som den primære målgruppe. De er teenagere eller godt på vej til at blive det, og befinder sig på et stadie, hvor de skal finde deres vej fra barn til voksen. Mange i denne aldersgruppe er i puberteten, og deres følelsesliv kan være af helt særlig karakter i disse år, hvor ét humør pludselig kan skifte til ét andet på blot få sekunder (Nielsson 2007).

Jeg har netop valgt at fokusere på denne målgruppe, da jeg ud fra specialets emnefelt om medier og kommunikation af følelser og konflikter, finder målgruppen interessant at betragte, da de netop har mange følelser på spil i en alder, hvor man kan være usikker på sin vej frem i verden samtidigt med, at de er en målgruppe, der i høj grad anvender medierne i deres daglige interaktion med hinanden.

Jeg vil i gennemgående i specialet kalde målgruppen "de unge" eller "eleverne" (informanterne i fokusgrupperne er alle elever), hvormed jeg henviser til generation Z som de digitale indfødte.

### **Afgrænsning**

Jeg er bevidst om, at ikke alle unge er ens og ikke hele generation Z vil udgøre en komplet ens målgruppe. De vil bestå af en masse forskellige personligheder og vil dertil have et vidt forskelligt brug af medierne. Her er blot et lille udpluk:

*"(...) De er ekstroverte og bruger f.eks. Instagram til selvpromovering og går efter flest mulige likes. Andre unge er mere private og bruger måske kun Facebook til at holde styr på deres aftaler og nærmeste venner. Nogle unge har en iPhone – andre en gammel Nokia. Nogle dyrker venskaber med en masse fremmede på mange platforme. Andre holder kontakt med de nærmeste. Nogle spiller online skydespil, deltager i en masse spil communities og diskuterer og laver spilvideoer på YouTube. Andre spiller højst lidt Candy Crush Saga på mobilen. Nogle får et kick af at dele, skrive*

*og diskutere online. Andre finder det anstrengende og undgår det helst. Men de fleste unge findes et sted imellem.”*

(Artikel 2).

Der er mange forskelle inden for målgruppen, og jeg anerkender, at de har stor betydning. Særligt er piger og drenge meget forskellige i teenageårene. Jeg vil ikke iagttage forskelle mellem de digitale indfødte, men derimod fokusere på forskellene mellem de digitale indfødte og de digitale immigranter. Det har jeg valgt både af interesse samt for i højere grad at tydeliggøre de digitale indfødtes online adfærd.

Det havde været muligt at gå på opdagelse i de unges kommunikation af følelser og konflikter inden for mange sociale kontekster, som målgruppen til hverdag bevæger sig i.

Konteksten for specialet afgrænser jeg til at være inden for en skolesammenhæng. Mange unges sociale liv er integreret i det daglige skoleliv og sammen med deres klassekammerater, og der kan være mange følelser og konflikter på spil inden for skolens mure. Denne kontekst så jeg som en spændende og oplagt mulighed til at danne rammen om specialets emnefelt.

### **Videnskabsteori**

Inden for en større videnskabsteoretisk ramme placerer specialet sig inden for den socialkonstruktivistiske position, hvor der arbejdes med en forståelse af virkeligheden som et socialt konstrueret fænomen, hvor menneskelig viden konstrueres via sociale interaktioner (Wenneberg 2000:15). Med andre ord er virkeligheden i de offline og online rum konstrueret ud fra aktørernes relationelle forhold til hinanden inden for disse rum. Socialiteten består således af relationelle netværkseffekter, hvoraf intet har en form eller realitet uden for disse relationer.

Socialkonstruktivismen gør op med den logisk-empiriske tradition, som blandt andet kendetegner en positivistisk tilgang og læser forholdet mellem struktur og aktør på en anderledes måde. Forholdet mellem struktur og aktør beskrives af Esmark på følgende vis:

*”(...) socialkonstruktivismen [tematiserer] den sociale virkelighed som et forhold mellem muliggørende og begrænsende strukturer og reflektive subjekter, der kan både undvige og ændre strukturer.”*

(Esmark et al. 2005:10).

Hvor den logisk-empiriske tradition ikke tillægger anliggender som refleksivitet, autonomi og aktør større betydning, anser socialkonstruktivismen disse forhold som uomgængelige i den sociale virkelighed (Esmark et al. 2005:10).

Nærværende speciale placerer sig inden for socialkonstruktivismens analyse af den sociale interaktion, der foregår mellem mennesker samt den virkelighed, der konstrueres i processen (Wenneberg 2000:72). At analysere, *hvordan de offline og online rum indgår i de digitale indfødtes interaktion og relationer, når de skal kommunikere om konflikter og følelser i klassen, og hvilke implikationer det har*, kræver netop, at jeg ser på relationen mellem individer og den virkelighed, som de producerer. Det er således en social konstrueret virkelighed, jeg belyser, når jeg eksempelvis interviewer udvalgte personer (Jf.t. den empiriske metode).

Valget af et socialkonstruktivistisk udgangspunkt har altså konsekvenser for dette speciales forskningsproces, men ligeledes for min rolle som forsker, idet jeg er præget af den kulturelle og sociale kontekst. På baggrund af dette er jeg ikke interesseret i at opnå absolutte sandheder, men i at få indblik i informanternes forståelse af en bestemt del af deres virkelighed. Det betyder, at svaret på min problemformulering ikke vil føre til en endegyldig sandhed, men har til hensigt at producere viden ud fra den virkelighed, som informanterne italesætter. Jeg har kun adgang til den virkelighed, som produceres i interviewsituationen mellem informanterne og jeg som forsker. Viden er således hos subjekterne og materialiteten, hvortil jeg med andre subjekter og objekter muligvis ville opnå en anden konklusion.

### **Min rolle som forsker**

Jeg er altså i mit speciale bevidst om min rolle som forsker, og at jeg ikke kan undgå at påvirke min empiri ud fra min egen forståelse af virkeligheden.

I det kvalitative paradigme ser man ofte data som noget ”(...) *der produceres i det øjeblik og i den situation, hvor forskeren møder det empiriske genstandsfelt.*” (Bjerg & Villadsen, 2006:24). I dette argument eksisterer der også en grundantagelse om, at forskeren indvirker aktivt og er medskaber af empiriproduktionen. Man søger altså i den kvalitative metode at inddrage og bruge forskerens rolle aktivt. Dog vil jeg undervejs være opmærksom på ikke at påvirke min empiri i sådan en grad, at de unges udsagn bliver fordrejede og ikke stemmer overens med deres virkelighed.

I de fire fokusgruppeinterviews har jeg været bevidst om, at jeg kunne fremstå som en autoritær person, der kommer udefra. Derfor har jeg over for fokusgruppedeltagerne understreget, at jeg er specialestuderende, alle udsagn er velkomne og ingen meninger eller holdninger er rigtige eller forkerte. Jeg forsøgte derved at skabe en tryk stemning blandt de unge og mig som interviewperson, således mere valide svar kunne forekomme.

Jeg er ydermere opmærksom på, at jeg som forsker stammer fra en ældre generation og går under betegnelsen ”digital immigrant”, der har oplevet en verden uden de digitale medier. De online og offline rum betragter jeg som to adskilte størrelser, hvor jeg aktivt kan vælge tilstandene til og fra. Det kan med al sandsynlighed være, at målgruppen, de digitale indfødte, ikke oplever de online og offline rum på samme måde. Det kan skabe forståelsesproblemer os i mellem, hvis jeg formulerer spørgsmålene ud fra min egen forståelse heraf – hvilket også skete et par gange.

Et eksempel herpå kan ses nedenfor, hvor informanterne ikke forstår mit spørgsmål, der er formuleret ud fra min egen forståelse af brugen af de sociale medier:

*I: ”Er man altid ærlig, når man laver en smiley på Facebook for eksempel eller på Instagram?”*

*R3: ”Hvad mener du?”*

*R4: ”For det meste.”*

*I: ”Jeg mener sådan... vil man godt kunne trykke noget falsk?”*

*R4: ”Ja.”*

*I: ”Gør I det nogle gange?”*

*R1: ”Altså mener du?”*

*R2: ”Ikke så meget... men nogle gange.”*

*R1: ”Mener du...”*

*R1: ”Altså, altså.. nogle gange ku jeg finde på det, men ikke sådan.. ”*

(Fokusgruppe 1, 17:06)

Samtidigt kan min forståelse af medierne bidrage til en empiriproduktion, der bærer præg af denne forståelse af de online og offline rum, hvilket ikke stemmer overens med formålet for fokusgrupperne, der netop er at anskue feltet ud fra de unges perspektiv. Jeg forsøgte undervejs, som tidligere nævnt at have dette for øje og sætte min egen forståelse i parentes.

## **Validitet**

Jeg har valgt i min forskning at bygge denne på kvalitative metoder i form af fokusgrupper. Validitetsbegrebet bliver i denne henseende, ifølge Halkier, derfor et spørgsmål om, hvorvidt forskeren har lavet sit håndværk tilfredsstillende:

*”I undersøgelser med fokusgrupper handler validitet derfor overordnet om at lave et systematisk stykke håndværk og gøre det gennemskueligt for andre, samt om at argumentere analytisk overbevisende nok til at andre accepterer éns resultater.”*

(Halkier 2003:112).

Kvaliteten af forskningen bliver i min undersøgelse af unge og medier ikke målt på repræsentativitet, som man ser inden for den positivistiske retning, men vil derimod i højere grad basere sig på troværdighed. Ifølge Kvale skaber man en troværdig kvalitativ undersøgelse ved løbende kvalitetskontrol på alle stadierne af vidensproduktionen (Kvale 1997:231). Jeg vil derfor være bevidst om sammenhængen mellem ”det jeg vil” og ”det jeg gør” igennem hele forskningsprocessen.

## **Empirisk metode**

I det følgende afsnit diskuterer jeg mit valg af metode og informanter, udformning af interviewguide samt refleksioner over udførte interviews. Afsnittet er en sammenfatning af de metodiske overvejelser, jeg har gjort i løbet af undersøgelsen.

## **Valg af kvalitativ metode**

I specialet anvender jeg en kvalitativ metodetilgang, da jeg i min problemstilling søger mod en dybere indsigt i målgruppens værdier og holdninger til feltet (Halkier 2008). En kvantitativ tilgang til empirigenereringen vil ikke være egnet i nærværende speciale, da hensigten ikke er at indsamle et større materiale og kortlægge mønstre og tendenser om de unges kommunikation baseret på tal (Artikel 3). Derimod ønsker jeg at producere en dybdegående viden om genstandsfeltet og anvende en metode, der kan afspejle en forståelse af 4. og 6. klasseelevernes brug af medier i deres sociale interaktion og relationer, som en flertydig og ustabil størrelse, der konstrueres og rekonstrueres gennem forhandling mellem aktørerne selv. Jeg ønsker altså at benytte en metode, der tager højde for virkelighedens kompleksitet og ikke anser denne som en objektiv størrelse eller som ”noget”, der allerede findes ude i verden, og som man blot skal ud og indsamle (Halkier 2003:28).

Med dette i øjemed finder jeg det relevant at anvende det kvalitative fokusgruppeinterview”(…) *hvor data produceres via gruppeinteraktion omkring et emne, som forskeren har bestemt.*” (Halkier, 2008:9). Fokusgruppeinterview som metode kan afdække eller bruges som et værktøj til at udfolde de mange komplekse og ofte modsætningsfyldte måder, hvorpå de unge italesætter deres erfaringer, oplevelser og tolkninger af feltet (Staubæs og Søndergaard 2005:8).

Jeg har valgt at organisere fire fokusgrupper, som gennem de unges interaktion med hinanden skal bidrage til en nærmere forståelse og indsigt i målgruppens holdninger og værdier til specialets emne, for til sidst at rykke nærmere en besvarelse af min problemformulering. Sammensætningen af de fire fokusgrupper stemmer samtidigt overens med mit videnskabsteoretiske perspektiv, social konstruktivismen, der anser viden som noget, der er socialt konstrueret og ikke er skabt af individuelle subjekter (Halkier 2003:28).

### **Fokusgrupper – hvorfor og hvordan**

I det følgende afsnit vil jeg præsentere, hvordan jeg konkret er gået til værks i min datagenerering for at skabe en så gennemsigtig empiriproduktion som muligt.

De fire fokusgrupper består af unge fra henholdsvis 4. og 6. klasse, der alle går på den samme skole og er imellem 11-13 år. Målgruppens forholdsvis unge alder har haft en indvirkning på valget af fokusgruppeinterview som specialets metode.

En af fordelene ved fokusgrupper som metode, når man bruger yngre informanter er, at det kan have stor betydning for børn og unge i en interviewsituation, at de befinder sig med jævnaldrende. Det giver mulighed for, at de sammen kan ”sætte scenen” for interviewet ved at supplere og kommentere hinandens udsagn, og derved skabe noget tryghed sammen til situationen (Kampmann 1998:24). Tryghed har været vigtigt at iscenesætte, da det kan bidrage til en større fortrolighed mellem børnene og jeg som interviewperson, og derved skabe en mere valid dataproduktionen. Er børnene modsat usikre og føler ubehag i situationen, kan de finde på at sige det, som de tror, interviewpersonen gerne vil høre, fremfor de kommer med deres egne meninger og udtalelser. Det kan føre til væsentlige fejlkilder i empirien (Kampmann 2009:23).

Jeg er meget opmærksom på, at meninger og udsagn fra fokusgrupperne ikke konstrueres i en ”naturlig” kontekst, da fokusgrupperne er iscenesat af mig som forsker. Ville jeg, undersøge, hvordan de unge forholder sig til konflikter og følelser i en mere naturlig kontekst, kunne deltagerobservation være en mulighed. Ud fra denne metodetilgang ville jeg kunne følge den enkelte unge individuelt og i grupper i en skolekontekst, det vil sige i deres naturlige og vante omgivelser. Det er dog ikke en mulighed med et så omfattende feltarbejde i specialet, grundet tids- og pladsmangel. Desuden ville det ikke bidrage til et svar på min problemformulering.

### **Sammensætning af fokusgrupper**

Ifølge Halkier er det vigtigt, at udvælgelsen til fokusgrupperne ikke sker tilfældigt, men at man som forsker er analytisk selektiv, og deltagerne bliver valgt ud fra den givne problemstilling og felt (Halkier, 2003:30). Da specialets målgruppe fokuserer på de 11-13 årige, valgte jeg at lave to fokusgrupper fra 4. klasse og to fokusgrupper fra 6. klasse, som alle befinder sig i denne aldersgruppe.

Det ser ud som følgende:

4. klasse: to grupper af 4 elever (2 drenge og 2 piger)

6. klasse: to grupper af 4 elever (2 drenge og 2 piger)

Eleverne er blevet lovet anonymitet og deres rigtige navne vil derfor ikke fremgå, hverken i specialet eller på lydfileerne.

Det har været et bevidst valg at sætte grupperne sammen af elever, der går i samme klasse og formodes at kende hinanden godt i forvejen. Som præsenteret i foregående afsnit vil det kunne skabe en større tryghed for de unge i interviewsituationen, og dertil medvirke til at eleverne i højere grade vil have lyst til at åbne overfor følsomme og personlige emner som konflikter og følelser. En udfordring ved at informanterne kender hinanden godt i forvejen kan dog samtidigt være, at kommunikationen kan blive en anelse uigennemskuelig og intern mellem informanterne (Halkier 2008:32). Det var dog ikke min oplevelse i nogen af fokusgrupperne.

For at nogle eleverne ikke skulle føle sig forbigået eller ”forkerte”, fordi de ikke blev valgt til at deltage i interviewet, havde Ida, deres klasselærer samt min kontakt på skolen, udvalgt på forhånd, hvem der skulle deltage i fokusgrupperne. Det gjorde, at jeg ikke blev ”den skyldige” i fravælgelsen

og at de unge dermed ikke, forud for interviewet, var sure på mig, hvis eksempelvis deres gode ven eller veninde ikke deltog. Mit eneste krav til Ida var, at der skulle være to drenge og to piger i hver gruppe. Ida valgte børnene ud fra lodtrækning, da hun ikke ville nogen til og fra i tråd med skolens politik.

### **Adgang til feltet**

For at få adgang til informanterne kontaktede jeg Ida Heinel, der er lærer på en skole lidt udenfor København. Hun er klasselærer for den 4. klasse, der har medvirket i de to fokusgrupper og har været lærer på skolen siden 2012. Hun er kendt af 6. klasseeleverne også, da hun er tidligere idrætslærer for dem. Det var et naturligt og bevidst valg at formidle kontakten til eleverne igennem hende. Tryghed er, som nævnt, en væsentlig faktor for at dataproduktionen kan blive så valid som muligt, og derfor kan det være en fordel, hvis informanterne kender interviewpersonen i forvejen (Kampmann 2009:23). Det kunne ikke helt være en mulighed, men ved, at eleverne kender deres klasselærer godt og er tryk ved Ida, og hun har italesat mig som hendes ”gode veninde”, følte jeg, da jeg kom ud på skolen, at de på forhånd viste mig en stor tillid. Eleverne kom løbende mig i møde med store smil, da jeg ankom og spurgte om jeg var Marie, deres klasselæreres veninde. Den første kontakt med eleverne var meget positiv.

Den indledende kontakt til Ida og skolen gik også på, hvorvidt skolen ønskede, at eleverne skulle være anonyme og om der skulle indhentes tilladelse til interview med informanterne fra forældrene. Skolens politik var således, at så længe eleverne er anonymt repræsenteret i specialet, så behøvede de ikke tilladelse hjemmefra. Alle de deltagende er blevet spurgt om, de ville være med og det blev sagt meget højt og tydeligt, at det var fuldstændigt frivilligt. Ingen har deltaget imod deres vilje.

Da fokusgrupperne foregik på skolen, gik en bekymring på, hvorvidt eleverne ville forbinde hele situationen med en skolekontekst, og hvorvidt de ville opfatte mig som en ”lærer”, der har samme funktion som deres rigtige lærer, der også tester dem i deres færdigheder,. Det gjorde mig som forsker lidt bekymret for deres ærlighed i fokusgrupperne. Ville de blot snakke mig efter munden efter eller ville de se mig, som en udefrakommende, ligeværdig person, de kunne snakke fortroligt med. Heldigvis var mit indtryk det sidste. Måske det skyldes, at deres lærer havde præsenteret mig som ”sin veninde” og at jeg havde understøttet i klassen, at jeg var specialestuderende.



## **Udførelse af interviews**

Ifølge Kampmann er det vigtigt, at der er en forholdsvis åben struktureringsgrad i et interview med yngre informanter for at komme tættere på en forståelse af deres eget perspektiv (Kampmann 1998: 24). Jeg har valgt en semistrukturerede interviewform, da denne muliggør fleksibilitet og at jeg undervejs i fokusgrupperne havde mulighed for at ændre eller tilpasse spørgeguiden til de enkelte grupper. Samtidigt påpeger Kampmann, at yngre informanter har brug for en vis støtte og styring i interviewsituationen for overhovedet at få dem involveret, hvilket er årsagen til at jeg fravalgte den ustrukturerede interviewform (Kampmann 1998: 24).

## **Interviewguide**

Interviewguiden er opbygget ud fra tre kategorier og ud fra et kampagnemateriale fra Børns Vilkår, bestående af to plakater, en ældre og en nyere (Jf.t. Bilag 2), som skulle fungere som et værktøj til i højere grad at få de unge til at åbne op for følsomme emner.

Kampagnematerialet bliver udsendt hvert år netop til de to klassetrin, 4. og 6. klasse, og er en plakat for BørneTelefonen, der skal gøre eleverne opmærksom på, at de kan ringe til BørneTelefonen, hvis de har brug for gratis og anonym rådgivning.

Da informanterne er yngre, var min hensigt at lade eleverne tale ud fra plakaterne, da mange kender til BørneTelefonen, og dette kendskab måske i højere grad ville gøre dem trygge og få dem til at åbne op i interviewsituationen.

Den nyeste plakat fra Børns Vilkår sætter fokus på brugen af "emoticons eller "smileys", som eleverne kender fra de digitale medier og den online kommunikation, hvoraf den ældre plakat i højere grad sætter fokus på alvorlige problemstillinger. Begge plakaters budskab lægger sig op ad specialets problemfelt, som gjorde dem relevante at inddrage i interviewguiden.

I min interviewguide har jeg været bevidst om at eleverne sprog og ordforråd ikke er udviklet i samme grad som hos en voksen. Undersøgelser viser, at børns vokabularium består mellem 8000-14000 ord fra de er ca. 6 år og vokser med 5000 ord inden de er fyldt 12 år. Det betyder at unge i den sene skolealder er virkelig dygtige kommunikationspartnere, og er i stand til at spørge, hvis de ikke forstår, hvad der bliver sagt (Gibson 2012:152). Da ikke alle af informanterne er fyldt 12 år endnu, tog jeg særligt hensyn til 4. classes eleverne i forhold til min formulering af spørgsmål og forsøgte at fjerne de fremmedord, jeg formodede, kunne skabe vanskeligheder i forståelsen af spørgsmålet. Det er dog vigtigt generelt som forsker at være opmærksom på, at voksnes sprog er

stærkere udviklet end børn og unges, og at der nemt kan forekomme misforståelser, hvis ikke man tager det hensyn til denne forskel i udviklet sprog som interviewperson.

### **Refleksioner over udførte fokusgrupper**

Umiddelbart tænkte jeg, at fokusgrupper med yngre informanter ville forløbe relativt smertefrit og uden de store vanskeligheder. Ser jeg tilbage på processen, forekom det dog ikke helt så simpelt, og flere ting vil jeg ved eftertanke have grebet an anderledes. Følgende afsnit er refleksioner og faldgruber ved de fire udførte fokusgrupper, som kan have en indflydelse på empiriens validitet.

En af udfordringerne, jeg ikke har oplevet i samme grad hos voksne informanter, var, at flere af de unge i fokusgrupperne svarede meget kort på spørgsmålene – særligt drengene. Jeg forsøgte at opfordre dem til mere detaljerede respons ved at komme med opfølgende spørgsmål og brugte særligt spørgsmålet *hvorfor*, som et forsøg på at få uddybet de korte udsagn. Det havde dog ikke altid den ønskede effekt, da eleverne flere gange blev tavse. Måske fordi de blev usikre.

Flere undersøgelser viser, at man som interviewperson netop skal passe på med at stille spørgsmålet ”*hvorfor?*” som opfølgende, da børn kan tro, de skal retfærdige gøre deres svar og det kan medføre en defensiv respons (Gibson 2012:156). Havde jeg haft dette for øje, kunne jeg have formuleret andre spørgsmål i de situationer, og måske fået en mere fyldestgørende respons og dertil empiri.

### **Analysestrategi**

Jeg vil i min analysestrategi forsøge at skabe et videnskabeligt blik, der gør det sociale konstruktion iagttagelig. Jeg vil i min bearbejdning af empirien anvende forskellige centrale begreber, der skal danne rammen om en tematisk analysestrategi. Den empiriske produktion vil danne grundlaget for de valgte temaer.

Paul Atkinson og Amanda Coffeys beskriver, hvordan de bearbejder fokusgruppemateriale ud fra en proces bestående af tre skridt: *kodning*, *kategorisering* og *begrebsliggørelse* (Atkinson og Coffey 1996: kap. 2). De tre skridt i processen anvender tilsammen elementer fra en række standardmetoder, hvoraf Atkinson og Coffey benytter dem i en bestemt rækkefølge.

*Kodningsprocessen* er det første skridt i bearbejdningen af det empiriske materiale. Denne består i at give hver bid af empirien en tematisk hovedoverskrift, og således danne sig det første overordnede overblik over den producerede empiri. Denne proces svarer til Kvaales

meningskondensering (1997). I min undersøgelse kan en tematisk hovedoverskrift eksempelvis hedde ”ærlighed på de sociale medier” eller ”smileys i sms-beskeder”. Det er vigtigt i denne del af procesen at være åben i sin kodning og ikke allerede i denne anvende teoretiske begreber, som kan være med til at fastholde én inden for nogle bestemte perspektiver. Det er vigtigt at være konstant åben for mulige perspektiver hele tiden i sin kodning. Jeg inddrager derfor bevidst ikke nogen af begreberne fra min teoriramme til kodningsprocessen.

Det næste skridt i bearbejdningsprocessen er at *kategoriserer koderne*. Det vil sige, at man enten samler flere koder under et fælles tema eller splitter koder i flere undertemaer. Jeg vil dermed sætte koderne fra første bearbejdningsstrin i relation til hinanden eller sætte dem op mod hinanden som modsætninger. Til sidst vil jeg ud fra *begrebsliggørelsen* holde min empiriproduktion i form af koder og kategorier op imod de teoretiske begreber fra min teoriramme og undersøgelser inden for feltet. Dette er svarede til Kvaales meningsfortolkning (1997). Det er ifølge Halkier, at man under dette trin validerer sin forskning og afprøver empirien, jeg har produceret (Halkier 2003:82).

Gennem ovenstående analysestrategi har jeg fundet frem til følgende kategorier, der deles op i to temaoverskrifter. Disse to vil udgøre analyse 1 og analyse 2 og sammen danne rammen for min analyse:

### **Analyse del 1 – Unges følelser online**

- At udtrykke følelser online
- Emoticons som nonverbalt sprog online
- Emoticons og misforståelser

### **Analysedel 2 – Unges konflikter online**

- Foretrækker at tale om konflikter i klassen
- Konflikter flyder sammen online og offline
- Problematikker i forhold til online kommunikation

## **Den teoretiske forståelsesramme**

I den teoretiske forståelsesramme vil jeg synliggøre nogle generelle tendenser og centrale problematikker inden for feltet af medier og unges relationer og interaktion, for derved at tilnærme mig en dybere forståelse for, hvad der er på spil, når de unge i empiriproduktionen kommunikerer om konflikter og følelser.

Formålet er at skabe en teoretisk ramme, som ligger til grund for analysen, og som ikke blot bidrager til en forståelse af, hvad de unges udsagn i empirien kan være et udtryk for på et individuelt niveau, men også, hvad disse kan være et udtryk for på et gruppedynamisk niveau.

Jeg vil undervejs i teorirammen argumentere for, hvordan de præsenterede teoretikere tilsammen udgør det teoretiske fundament for analysen, hvoraf de mest centrale begreber vil blive samlet i et teoretisk begrebsapparat til senere brug af den empiriske analyse.

De centrale problematikker inden for feltet synliggøres i kronologisk rækkefølge og ser ud som følgende:

- **De unges samspil med teknologien**
- **Tid - konstant tilgængelighed**
- **Rum - forandring af det fysiske rum**
- **Medievalgets rolle**
- **De unge relationer online**

### **De unges samspil med teknologien**

Hvordan teknologi og samfund influerer på hinanden har været en tilbagevendende diskussion inden for medieforskningen i mange år. De to yderpunkter i debatten, teknologi- og socialdeterminismen, trækker i hver sin retning, og forstår teknologien eller den sociale praksis, som den afgørende faktor for, hvordan mennesker i deres hverdagsliv anvender medier (Baym 2010:24).

Disse perspektiver afspejles inden for forskningen af medier og unge, og kommer frem i måden, hvorpå teoretikerne argumenterer for de forandringer, der sker i forholdet mellem medierne og de unge i dag. I den ene lejr står de, ”børn” af medium theory, der i sin yderlighed betragter de unge som underlagt dominerende teknologiske kræfter, der ændrer deres sociale virke essentielt. I den

anden lejr står de, den modsatrettede bevægelse, der betragter de unge som de, der dominerer de nye teknologier (Baym 2010:39).

De to strømninger i debatten bliver forsøgt samlet gennem *affordances-begrebet*, der bruges til at synliggøre, hvor teknologien spiller ind og hvor det sociale aspekt spiller ind på menneskers brug af medier. Begrebet er, som de to yderligheder i debatten, den teknologiske determinisme og sociale determinisme, en strømning, der søger at vise at teknologien og menneskets brug heraf står i et dynamisk forhold til hinanden. Affordances-begrebet skabes ud fra en forståelse af, at medier ikke fungerer isoleret, men i sammenhæng med sociale og kulturelle strømninger: *"Teknologier er artefakter (...), der tager form efter og selv medvirker til at forme menneskelig interaktion med og igennem brugen af dem."* (Nyboe 2009:61).

Teknologien er derfor ikke den dominerende faktor i mediebruget, og heller ikke menneskets brug heraf. Teknologien og det sociale betragtes i stedet som to størrelser, der står i dynamisk forhold til hinanden. Affordances-begrebet vil udgøre et fundament for specialets analyse, da analysens forskellige fund og problematikker alle har rod i specialets problemformulering *"hvordan de unge anvender de online og offline rum i deres sociale interaktion og relationer"*. Jeg vil altså søge en forståelse af problemformuleringen ved at anskue analysen ud fra et *samspil* mellem medierne og de unge.

Det betyder nærmere, at jeg vil sætte affordances-begrebet i spil i analysen og betragte, ud fra de forskellige fund og problematikker, hvor det sociale og teknologiske aspekt spiller ind i de unges brug af medierne. Jeg vil dermed i min analyse både have teknologiens indflydelse for øje i de unges brug af medier *samt* det sociale aspekt. Anlagde jeg derimod et teknologisk eller socialt perspektiv på analysen, ville de forskellige perspektiver i højere grad bidrage til et overvejende fokus mod enten teknologien eller det sociale aspekt. En analyse der dermed ikke ville stemme overens med specialets videnskabsteoretiske ståsted, da denne ser relationen mellem individer og virkeligheden som en fælles konstruktion, de sammen producerer (Jf.t. det videnskabsteoretiske udgangspunkt).

### ***Affordances-begrebet***

Begrebet "affordance" udspringer fra medium theory, et medievidenskabeligt perspektiv, der historisk løber tilbage til et antal forskellige teoretikere f.eks. Harold Adams Innis (1972), Marshall McLuhan (1962, 1964), Walter Ong (1988) og Joshua Meyrowitz (1985) (Qvortrup 2006:349). Der findes forskellige grader af medium theory, men den overordnede og fælles forståelse er, at der *er* en relation i forholdet mellem mediers egenskaber og mediebrugens sociale konsekvenser heraf (Helles 2009:14).

Meyrowitz beskriver medium theory som følgende:

*"Medium theory focuses of each individual medium or of each particular type of media. Broadly speaking medium theorists ask: What are the relatively fix features of each means of communicating and how do these features make the medium physically, psychologically, and socially different from other media and from face-to-face interaction."*

(Meyrowitz 1994:50).

Ovenstående citat refererer til de teknologiske muligheder et givent medie rummer. Via medium theory undersøger man, hvilke sanser et medie kan aktivere; hvorvidt er det kompliceret eller simpelt at afkode budskaber, er kommunikationen envejs eller tovejs? mm. (Meyrowitz 1994:50). Argumentet er, at ethvert medie rummer egne specifikke kommunikationsmuligheder, som en bruger har mulighed for at interagere gennem. Derfor påvirker det måden, hvorpå brugeren anvender mediet. Mediet er ikke blot en kanal til at overbringe information, men skal ses som en kanal med en direkte indflydelse på det sociale miljø, det indgår i (Meyrowitz 1994: 50).

Medium theory kritiseres for at konkludere, at teknologien har en direkte effekt på mediebrugen, og dermed for være teknologisk deterministisk (Helles 2009:14). Den er anklaget for at henvise til videnskabsteori og tænkning, der betragter mediernes effekt uafhængigt af den sociale og kulturelle kontekst (Nyboe 2009:61). Social determinismen kritiserer perspektivet for: *"inadequate as explanations and dangerously misleading (because) human beings, not machines, are the agents of change, as men and women, introduce new systems of machines that alter their life world."* (citeret i Baym 2010:39). Strømningen anser de sociale processer, som de bærende kræfter af mediernes udvikling og har fokus på, at det er de sociale og kulturelle kontekster, som medier indgår i, der

bestemmer mediebruget. En komplet kontrast til fortalernes af det teknologiske perspektiv, der netop anser mediernes opståen uafhængigt af sociale kontekster (Baym 2009:39).

Hertil kommer så affordances-begrebet: Den engelske forsker, Ian Hutchby, tager affordances-begrebet i brug til at beskrive relationen mellem medier og mediebrug, og forsøger at lade de to strømninger mødes i et kompromis mellem deres yderligheder.

"Affordance" stammer oprindeligt fra biologen James J. Gibson og bruges i dennes bog "The Ecological Approach to Visual Perception" (1979) til at beskrive de brugspotentialer forskellige objekter præsenterer. En affordance er med Gibsons egne ord: "*what [the environment] offers the animal, what it provides or furnishes, either for good or ill.*" (Gibson 1979:127). Han benytter begrebet til at forklare biologiens affordances: "*(...) hvordan elementer i naturen gør forskellige typer af handlinger mulige for forskellige dyr: Nogle dyr kan (hvis de er lette nok) gå på vandoverfladen på en sø, mens andre dyr (som f.eks. mennesker), ikke kan.*" (Helles 2009:14).

Hutchby overfører begrebet i relation til medier, og taler om mediers egenskaber (affordances), som han karakteriserer som: "*functional and relational aspects which frame, while not determining, the possibilities for agentic action in relation to an object.*" (Artikel 4). Han bruger begrebet til at forklare sammenhængen mellem, hvad et medie kan (altså dets egenskab) og hvordan en persons handling afhænger af denne egenskab. Helles kommer med et eksempel: "*Hvis jeg vil fortælle min partner, at jeg ankommer til vores fælles hjem om 10 minutter, så er postvæsenet ikke til megen hjælp, mens mobiltelefonen gør jobbet glimrende.*"

Affordances handler altså om, hvad der er muligt at anvende mediet til og hvad der ud fra mediets affordances er oplagt, men bestemmer samtidigt ikke, hvad der *skal* finde sted (Helles 2009:2015).

Eksempelvis vil jeg betragte i min analyse, hvordan de unge anvender de online og offline rum, når de taler om konflikter, og have for øje, både hvilke affordances medierne tilbyder, f.eks. lagring af beskeder, og hvilken brug de unge gør, eller ikke gør, heraf.

Begrebet affordances vil jeg have for øje i teorirammen og diskutere ud fra de anvendte teoretikers argumentation for derved skabe en større forståelse heraf.

## Tid - konstant tilgængelighed

Kirsten Drotner peger på, at navnligt udviklingen af de interaktive mobile enheder medvirker til, at de unge skaber en ny forståelse af tids – og rumaspektet. Med brugen af mobiltelefonen og internettet har de konstant mulighed for at være tilgængelige 24 timer i døgnet samt indgå i dialogisk kontakt med hinanden og omverdenen (Drotner 2011:44). Ifølge Drotner integrerer de unge denne praksis i deres hverdagsliv, som kommer til foregå i et sammensurium af virtuelle og fysiske rum:

*”En ung kvinde kan sagtens have intens sms-kontakt med til veninden, samtidigt med at hun har en date på en restaurant med sin partner.”*

(Drotner 2011:44).

Det er ikke kun Drotner, der peger på, at de unge oplever den online og offline verden som sammensmeltet. Flere ungdomsmedieforskere argumenterer for, at de unges sociale liv flyder sammen i de to verdner, der er forbundet på flere ukendte og komplekse måder (Larsen 2009, Schultz, 2012, Svensson 2014, Sørensen 2006). Ifølge Malene Charlotte Larsen er det særligt de sociale netværkssider, som Facebook, der infiltrerer den fysiske dagligdag i det digitale liv. For de fleste børn er de sociale netværkssider relateret til offline livet og samværet med vennerne fra deres omgangskreds (Larsen, 2009:45). De unge oplever ikke den virtuelle og fysiske verden som to parallelle størrelser, men oplever dem synkrone, hvoraf den virtuelle er lige så virkelig som den fysiske, og ikke mindst lige så værdifuld. En nyere undersøgelse fra SFI viser tilmed, at nogen unge *fortrækker* det online liv, og bruger mere tid med deres venner online end offline (Artikel 5).

Som sagt er det særligt mediernes affordances som interaktivitet og mobilitet, der bidrager til en ny forståelse af tid, hvor de unge kan være tilgængelige samt respondere i alle døgnet 24 timer. En mærkbar tendens heraf er, at der opstår en konsensus hos målgruppen om, at man ikke blot *kan* være tilgængelig og interagere med hinanden i alle døgnet timer, men derimod, at man *skal* være tilgængelig (Schultz 2011:55). Det kan ligefrem virke stressende for de unge, hvis de ikke ved, hvad der foregår online, og hvis de ikke aktivt deltager i de virtuelle rum (Stald 2008:153).

En undersøgelse af den japanske kulturanthropolog Mizuko Itu viser, at japanske piger har skabt et tidsinterval på max. 30 minutter til at respondere en sms (Itu 2004:145). I en dansk kontekst



kommer tendensen også til udtryk. Eksempelvis lader de unge mobiltelefon blive en forlængelse af deres fysiske krop i praktisk forstand:

*”Hvis man vil være sikker på at opdage det, når nogen ringer eller sender besked, hvor man end befinder sig, og uanset, hvor meget larm der er, er man nødt til at have mobilen tæt på sig, i hånden, bukselommen, bh'en eller jakken, så man kan mærke det, når den bevæger sig.”*

(Schultz 2011:19).

Også i det fysiske samvær blandt de unge dannes en konsensus om en gængs adfærd, som lyder, at man besvarer sms'er eller tager opkald imens, man er sammen med andre. Denne adfærd ser man ikke på samme måde accepteres hos de digitale immigranter, som i højere grad adskiller det fysiske og virtuelle rum, og udvikler sociale spilleregler (Schultz 2011:75). Faktisk betragter de det som uhøfligt at svare, hvis man er sammen med andre. Hos de digitale indfødte er det netop uhøfligt *ikke* at svare (Schultz 2011:31).

Ifølge Richard Ling falder kravet om konstant tilgængelighed i god tråd med ungdomskulturen. Ling pointer, det er vigtigt for de unge altid at være 'connected' til vennerne og omgangskredsen både fordi de sociale relationer til jævnaldrende er altafgørende i ungdomsårene, men samtidigt giver denne sammenhørighed et udtryk for status i vennegruppen (Ling 2004:11). Turkle derimod kritiserer de unges krav om, at de altid skal være tilgængelige på de sociale medier. Hun anvender begrebet "real teknik" som en måde at forholde sig kritisk til teknologien på, hvilket hun anser for nødvendigt, fordi teknologien bidrager til en dobbelteffekt (Turkle 2011:243) Ifølge hende skal de unge være tro overfor teknologiens mange muligheder, og hvordan den hjælper dem i mange situationer. Samtidigt pointerer hun, at det er vigtigt, de er åbne overfor de konsekvenser som teknologien også fører med sig, eksempelvis at de bliver stresset af at være konstant tilgængelige. De skal derfor forholde sig kritiske hertil og ikke gøre sig selv til ofre af teknologien (Turkle 2011:294).

Man kan anskue de to forskellige betragtninger af de unges konstante tilgængelighed ud fra affordances-begrebet. Ling argumenterer for, at tilgængelighed er et krav, de unge i dag bliver stillet overfor, og lader det falde naturligt i tråd med ungdomskulturen. Det argument falder overvejende i tråd med den teknologiske strømning, hvor man anser teknologien som en

dominerende spiller, man må indrette sig efter. Hvorimod Turkle anser det som de unges ansvar at forholde sig til deres brug af teknologien. De unge skal stille sig kritiske overfor medierne og ikke lade sig selv blive til ofre overfor eksempelvis den konstante tilgængelighed.

### ***Opsummerende***

I ovenstående afsnit er ”konstant tilgængelighed” og ”real teknik” de centrale begreber, jeg vil inddrage i det teoretiske begrebsapparat til brug af den empiriske analyse.

”Konstant tilgængelighed” skal hjælpe til i analysen at se på, om og hvordan de unge stiller krav til hinanden om altid at være tilgængelige. ”Real teknik” stiller sig kritisk overfor de unges brug af medierne. Begrebet kan anvendes til at betragte om, de unge i analysen anvender et kritisk vurderingstjek af mediernes affordances eller om de blot lader sig føre blindt med af teknologien.

### **Rum - forandring af det fysiske rum**

De digitale medier er ikke kun med til at skabe en ny oplevelse af tid. Der opstår samtidigt en ny oplevelse af det fysiske rum, der forandrer sig i takt med, at de virtuelle rum får større betydning (Svensson 2014, Sørensen 2006). Tidligere havde f.eks. teenageværelset en helt speciel betydning hos de unge, som brugte rummet som privat tilflugtssted og til at afprøve forskellige identitets sider af sig selv, inden de gik ud og konfronterede offentligheden med, hvem de er (Drotner 1995:55). Ifølge Niels Ulrik Sørensen er denne betydning under opløsning. Rummet udgør ikke længere social isolation eller et sted, de unge søger hen for at få privatliv. Sørensen peger på særligt synkroniseringen af de fysiske og virtuelle rum som årsag, fordi denne er meget betydningsfuld for de unges deltagelse i fællesskabet (Artikel 6).

Ovenstående forhold er relevante at betragte for at synliggøre det online og offline rums betydning for de unge, særligt når de skal kommunikere om følelser og konflikter online.

Drotner bidrager med en beskrivelse af teenageværelset i 90’erne. Værelset er et trygt sted, et skånerum, hvor de unge kan afskærme sig fra hverdagen. Og et rum til at dele sine private tanker og følelser med deres venner. Især er værelseskulturen ifølge Drotner vigtigt for pigerne i 12-14 års alderen. Et eksempel herpå er piger, der prøver tøj og makeup imens, de står foran spejlet og skaber sig selv på værelset (Drotner 1995:56). Et lignende eksempel kommer Schultz med efter mediernes indtræden: Det er tre teenagepiger. De danser, synger, prøver tøj, sminker sig – den mærkante forskel fra Drotters eksempel er blot, at de har optaget en video af seancen på deres mobiltelefon,

og nu lægger den tilgængelig for hele offentligheden på det sociale medie YouTube (Schultz 2011: 111).

Ovenstående er et eksempel på, hvordan privatsfæren hos de unge udvider sig og det fysiske rums betydning, heraf værelseskulturen og hvad man før anså som privat, opløses i synkroniseringen af det virtuelle rum med det fysiske rum. Grænserne mellem det offentlige og private flyder ud, fordi målgruppen konstant er tilgængelig for andre og fordi, der foregår nogle andre adfærdsmønstre på særligt de sociale medier.

Man kan anvende Erwin Goffmans begreber *"frontstage"* og *"backstage"* til at anskue, hvordan balancen mellem offentligt og privat opløses hos de unge. Frontstage karakteriserer Goffman som individets fremtræden foran publikum: "(...) *the place where the performance is presented*" (Goffman 1956:70), hvorimod backstage forklarer han som "(...) *the place where the performer can reliably expect that no member of the audience will intrude.*" (Goffman, 1956:70).

Ifølge Tækker bliver balancen mellem frontstage og backstage skubbet, fordi unge på de sociale medier ikke blot er venner med deres virkelige venner, men er "venner" med en blanding af fælles bekendte og perifere personer, der pludselig følger med i stort og småt af de unges privatliv (Artikel 7). Ydermere skubbes balancen, fordi de unge stiller krav om altid at være tilgængelige og samtidigt forventer, at man byder ind med sit privatliv til den online verden (Artikel 7).

### ***Øvelokalet rykker ud på Facebook-scenen***

Hvis det fysiske rum mister sin betydning ved at backstage opløses, betyder det så at øvelokalet, der før var forbeholdt teenageværelset, rykker med ud i de virtuelle rum? Man kan fra et digital immigrant perspektiv stille det spørgsmål: Hvis backstage og øvelokalet, som Goffman karakteriserer som: *"here the performer can relax; he can drop his front, forego speaking his lines, and step out of character."* (Goffman 1956:70), smuldrer, hvor skaber de unge deres identitet, øver sig på deres fremfærd og samle kræfter til at møde offentligheden henne?

Ifølge Schultz sker det inde på den sociale scene på Facebook. Han argumenterer for, at fordi de virtuelle rum udgør så vigtige rum for nutidens unge, bliver det et vilkår, at de må øve sig foran publikum for åbent tæppe (Schultz 2011:129). Den amerikanske forsker, Jenny E. Benson, kommer dog med en kritik heraf. I forbindelse med hendes undersøgelse af online adfærd på Facebook i

2009 udgør den online og offline adfærd ikke den samme eller stemmer overens med hinanden. Hun giver følgende eksempel:

*”The way people behave in a job interview when they are trying to look their best - groomed, responsible, trustworthy - could be very different when compared to the pictures that they post of themselves on Facebook.”*

(Benson 2009: 5).

Ifølge Benson anvender de unge i høj grad backstage adfærd på Facebook og frontstage i det fysiske rum. Det er både Tække og Schultz uenige i. De mener netop, at den online og offline adfærd stemmer overens, og at det er et særligt betydningsfuldt forhold for de unge. Schultz påpeger:

*”Hvad man gør det ene sted, står man til regnskab for det andet sted, for det er let at sammenligne billederne, profilen, kommentarerne og den digitale identitet i det hele taget med den person, man kender fra den fysiske virkelighed.”*

(Schultz 2011:49).

Tække støtter Schultz’ udsagn og pointerer, at gennem de sociale medier bliver det svære at opretholde forskellige roller i de sociale situationer online og offline. Tidligere var det nemmere at skille rollerne ad, da uoverensstemmelse mellem rollerne ikke vil blive opdaget så nemt (Artikel 7).

De forskellige antagelse af den online og offline adfærd kan betragtes ud fra forskellige anskuelser af, hvordan de unge anvender de sociale medier. Ifølge Schultz og Tække flyder de unges online og offline liv i høj grad sammen på de sociale medier. Det fremgår ikke i Bensons undersøgelse, hvordan hun anskuer dette perspektiv, men hendes antagelse er muligvis baseret på, at de unge ikke kender hinanden fra offline. Og derved kan hendes betragtninger godt være forskellige fra Schultz og Tække, da Benson sagtens kan argumentere for, at det er nemt at have forskellige adfærd online og offline, hvis man ikke kender hinanden fra offline. Hvoraf Schultz og Tække kan have ret i, at det ikke er nemt med to forskellige adfærd, hvis de unge kender hinanden fra offline, da de nemt vil kunne ”tjekke”, at de to adfærd ikke stemmer overens.

### ***Opsummerende***

Man kan anvende Goffmans begreber "frontstage" og "backstage" til at anskue, hvordan de unge benytter forskellige adfærdsformer online som er relateret til enten backstage, den private adfærd, eller frontstage, den offentlige adfærd. Begreberne er interessante at betragte i forhold til, hvilken adfærd de unge i empirien benytter sig af, når de kommunikerer om følelser og konflikter.

### **Mediernes rolle**

Fordi den skarpe linje mellem frontstage og backstage tenderer mod at forsvinde hos de unge, sker der også en forskydning i intimsfæren, der naturligt rykker med ud i de virtuelle rum og pludselig skal deles med offentligheden (Jf.t. Tække og Schultz). Der er masser af eksempler på, at de unge bruger medierne til at skændes, trøste, tilsvine, bagtale hinanden mv., og er de i dårligt humør eller kede af det, kan mobilen eller de sociale netværk også bruges til interaktion (Schultz 2011:31).

Hvordan betragter man den medierede kommunikation til at kommunikere om intime og personlige emner? Det vil følgende afsnit sætte fokus på med henblik på at skabe en større forståelse i analysen af, hvordan de unge anvender medierne, når de skal kommunikere om konflikter og følelser.

### ***Media Richness Theory***

Diskussionen om medievalgets rolle i effektiv kommunikation er ikke ny og har eksisteret længe i medieforskningen. En af de første teorier, der udspringer herfra, er Daft og Lengel's Media Richness Theory (1984). Teoriens grundlæggende tanke er at definere, hvilke medier der egner sig bedst til bestemte kommunikative formål ud fra en organisering af "rich" og "lean" medier. Et medies "richness" baseres på fire kriterier: "(...) *the medium's capacity for immediate feedback, the number of cues and channels utilized, personalization and language variety*" (Artikel 8). Opfylder mediet mange eller flere af de fire kriterier betegnes det som "rich media" (eller som "rigt medie"). Opfylder det ingen eller blot ganske få kriterier, betragtes det ud fra modellen som "lean media" (eller "fattigt medie").

Ansigt-til-ansigt kommunikation er ifølge Daft og Lengel en rig kommunikationsform, da der er mulighed for øjeblikkelig feedback, at bruge forskellige signaler f.eks. kropssprog og toneleje samt bruge et naturligt sprog. Fordi flere kriterier er opfyldt hos de rige medier, medvirker disse også til at reducere muligheden for misforståelse eller forskellige tolkninger i kommunikationen, og det gør de rige medier mere velegnet til at formidle komplekse budskaber. De fattige medier opfylder færre

kriterier, hindrer direkte respons, og er derfor ikke hensigtsmæssige til tvetydige buskaber på samme vis (Artikel 8).

Visse typer af samtaler og samvær skal foregå ansigt-til-ansigt for at sikre den maksimale entydighed og minimere risikoen for misforståelser, ifølge Daft og Lengel. Dette er sociolog Jonathan D. Turner uenig i. Turner mener ikke, at mennesker blot skal betragtes som nogen, der har behov for dyb, personlig kontakt med andre mennesker i alle sociale situationer. Ifølge ham er det at have en ansigt-til-ansigt samtale ikke nødvendigvis helt naturligt, men kræver, at de involverede parter i dialogen anstrænger sig for at holde ansigt-til-ansigt kontakten gående (Turner 2004:14). Det kommer blandt andet til udtryk i den konstante brug af det nonverbale sprog som stemmelejet, ansigtsudtryk og kropsgestus. Ifølge Turner er den interpersonelle adfærd i form af ansigt-til-ansigt kommunikation ikke blot en naturlig del af mennesket at indgå i, men kræver en betydelig indsats for de involverede parter (Turner 2004:15).

### ***”Low presence” og ”high presence”***

Turnes antagelser er ikke empiriske underbyggede, men han bygger sine udsagn ud fra forskellige teoretiske traditioner og forskningsresultater, som han forsøger at nuancere og sammentænke i nye perspektiver. Christian Østergaard og Gitte Stald understøtter Turner i nogle af hans betragtninger ud fra deres empirisk funderede analyse om unges mobilvaner (2005). De anvender bl.a. begrebet *”presence”*, som angiver følelsen af tilstedeværelse i et ikke-fysisk rum. Begrebet er ikke knyttet til mediet i sig selv, men man antager dog:

*”(...) at jo flere kanaler et medie har, og jo flere af menneskets sanser mediet dermed kan stimulere, desto større er mediets mulighed for at skabe en følelse af presence.”*

(Stald og Madsen 2005:41).

Stald og Madsen referer til teoretikere, der beskæftiger sig med *presence* og som skelner mellem *”high presence media”*, der skaber en stærk følelse af presence (eller *”tilstedeværelse”*) hos brugeren og egner sig derfor til personlige rettede opgaver, og *”low presence media”* til en mere simpel kommunikationsudveksling.

Madsen og Stald placerer sms-udveksling som et "low presence" medie pga. dets få sanser. Dog finder de i deres undersøgelse (2005) en modsigelse af sms-udveksling som et "low presence" medie og respondenternes brug heraf (Stald og Madsen 2005:43). Mange af respondenterne bruger sms'er til dybere interaktion. De peger på konteksten som årsag hertil. Kommunikationspartnere, der kender hinanden, har fælles erfaringer og via kontinuerlige sms-udvekslinger kan de skabe fælles koder, som gør, at oplevelsen af *presence* forstærkes. Derfor anvender respondenterne mobilen til mere end blot informationsudveksling (Stald og Madsen 2005:43).

Et medies kategorisering som "high media" eller "low media" behøver derfor ikke, ifølge Stald og Madsen, at være betydende med om det egner sig til en given kommunikationssituation. Følelsen af "presence" i kommunikationssituation, som de kommunikerende partere skaber, anser de som væsentligere.

### ***Opsummerende***

Ud fra Daft og Lengel's position kan man anskue, om et medie er "lean" eller "rich". Et mediets richness afhænger af, hvor mange kriterier (eller sanser) mediet opfylder. De fire kriterier lyder som følgende (frit oversat): 1) *Muligheden for øjeblikke respons*, 2) *Evnen til at kommunikere forskellige signaler (ord, kropssprog osv.)*, 3) *Evnen til let at formidle følelser* 4) *Brugen af et naturligt sprog frem for tal*. Begreberne kan anvendes til at betragte, hvilke mulige årsager der kan være til, at de unge anvender et bestemt medie til at kommunikere om et givent emne. Daft og Lengel argumenterer for, jo flere sanser et medie har, jo mere egner det sig til at tale om et komplekst emne. Jeg vil betragte begreberne "lean" og "rich" medier i den empiriske analyse, og undersøge, hvilke medier de unge vælger efter de to begreber.

En yderligere betragtning heraf, kan man gøre ud fra begreberne "high presence" eller "low presence", der skelner mellem en stærk følelse af tilstedeværelse i kommunikationen eller en mindre stærk, som kan have relevans for valg af, hvorvidt man ønsker at kommunikere om et givent emne. Begreberne vil jeg anvende i empirien som en udvidet betragtning af, hvorfor de unge til – eller fravælger - et givent rum, når de kommunikerer om følelser eller konflikter.

### **De unges relationer online**

De sociale medier er blevet et af de vigtigste arenaer i unges liv i forhold til deres sociale liv (Larsen 2009; Svensson 2014). Larsen anser de sociale medier som et rum med særlige spilleregler for kommunikationen, hvor de unge kan udtrykke sig autentisk og anerkendes, end når de mødes fysisk ansigt-til-ansigt. Larsen åbner en debat om, hvilken betydning de digitale medier har for de

unges relationer (2009). Dette forhold er væsentligt at betragte i forhold til, hvilken indflydelse de online rum udgør i de unges relationer, som har relevans i forhold til problemformuleringen.

Turkle er ikke lige så begejstret for de unges brug af de sociale medier som Larsen. Hun anser de unges online adfærd, hvor de profilerer og iscenesætter sig selv, som et problematisk forhold. Både for de unges indbyrdes relationer, men også for den enkelte unge selv. Turkle mener, at det er hårdt for de unge konstant at skulle ”performe” og repræsentere sig bedst muligt ud ad til online. Hun peger på, at det kan være vanskeligt for de unge at bevare autenticiteten i de virtuelle rum, og præcis udgive sig for at være den, man er offline (Turkle 2011:292).

Larsen er uenig med Turkle. Hun mener ikke, at de unge blot gør det for selvpromovere sig eller der foregår en popularitetskonkurrence. I ifølge hende er det en forsimplet måde at forstå de unges sociale konstruktion. De profilerende og personlige handlinger på de sociale netværkssider udføres, fordi det er en måde at visualisere identitet på og gøre den til virkelighed (Larsen 2009:49).

Turkle og Larsen er begge empirisk funderet i deres udsagn. Turkles ovenstående anskuelser er dog ud fra enkelte unge, der bidrager til netop denne forståelse, og derfor betragter hun det ikke som en generelt tendens, men siger:

*”I meet other teenagers, like Brad, who go on selfimposed media ”fasts”. Some give up texting, some IM. Because of its centrality to social life, the most decisive step they can think of is to leave Facebook.”*

(Turkle 2011:293).

Larsen derimod anskuer identitetskonstruktion på Facebook som en generelt tendens hos de unge, som hun baserer ud fra en etnografisk undersøgelse af børn, unge og medier, der bygger på både kvalitative og kvantitative data (2009). Man kan argumentere for, at Larsens antagelser er mere en generel tendens blandt de unge, hvorimod Turkels belæg kan være lige så gældende, men ikke på samme vis være tale om en generel tendens, men uddrag fra enkelte unge om problemstillingen.



### ***Autenticitet***

Fordi flere betragter målgruppen som narcissistiske og de unges brug af de sociale netværkssider som selvpromovering og som overfladisk interaktion, bliver der stillet spørgsmålstejn ved, hvorvidt de unge er i stand til at etablere eller vedligeholde nære relationer i dag (Turkle 2011).

Ifølge Turkle mister de unge netop den nære relation, fordi de konstant skal holde sig tilgængelige online og pleje de perifere venner på Facebook (Turkle 2011:293). Flere unge fra Turkles undersøgelse udtaler, at umiddelbarheden på Facebook er væk sammen med den direkte kommunikation til hinanden. Man gemmer sig bag skærmen og den asynkrone skriftkommunikation. De ønsker at slippe væk fra den medierede kommunikation og indgå i fysiske relationer, der virker mere autentiske end relationerne bag skærmen (Turkle 2011:294). Larsen er uenig i, at de unge mister de nære relationer på de sociale netværkssider. Hun mener, at de sociale medier udgør et forum, hvor de unge primært holder kontakt med de venner, de kender fra offline livet (Larsen 2009:45), og at de igennem kontakten på f.eks. Facebook får opfyldt nogle helt grundlæggende sociale og individuelle behov (Larsen 2009:49). Ifølge Larsen skal unges venskaber generelt ikke betragtes som overfladiske eller perifere, men at deres berøringsflade er udvidet, hvilket dog ikke skaber plads til de nære relationer også. Turkle er ikke enig. Hun mener, det *ikke-autentiske* er blevet en ny æstetik. De unge ”performer” konstant på de sociale medier, og via den type kommunikation, mister de unge intimiteten i deres relationer. De glemmer autenticiteten. Ifølge Turkle kan det også være et forsøg på at kontrollere sit liv. Hun sammenligner det med en robot, der performer, men ikke føler noget ægte, og det samme gør de unge, fordi de så føler sig mere i kontrol, som en robot, der styrer og ikke lader sig styre. (Turkle 2011:6).

### **Opsummerende**

Turkle taler om det ”ikke-autentiske”, som hun mener, gør sig gældende på sociale medier, og skal forstås som en måde, hvorpå man kan anskue de unge ”performe” online. Ifølge Turkle mister de unge, via denne type kommunikation, intimiteten i deres relationer. De glemmer autenticiteten.

Begrebet er relevant at betragte i analysen for at søge en forståelse af de unges adfærd online, og hvilken betydning det har for deres relationer online.

Dette er dog blot en anskuelse af de unges adfærd online. Larsen har, som ovenstående, et andet syn herpå, hvilket jeg vil tage højde for i begrebets brug.

## **Begrebsapparat**

### *Affordances*

Jeg vil tage affordances-begrebet i brug til at beskrive relationen mellem medier og de unges mediebrug. Affordances-begrebet lader de to strømninger, den teknologiske determinisme og socialdeterminismen, mødes i et kompromis mellem deres yderligheder.

### *Konstant tilgængelighed*

Begrebet skal hjælpe til i analysen ved at anskue, om de unge stiller krav til hinanden om altid at være tilgængelige.

### *Frontstage og backstage*

Goffmans begreber "frontstage" og "backstage" anvender jeg i analysen til at betragte, hvordan forskellige adfærdsformer kommer til udtryk blandt de unge i empirien, når de bevæger sig i de online og offline rum.

Begreberne vil særligt bruges til at anskue, hvordan de unge optræder online, når det omhandler følelser og konflikter.

### *Rich media - lean media*

Ud fra Daft og Lengel's position kan man anskue, hvorvidt et medie er "lean" eller "rich". Et mediets richness afhænger af, hvor mange kriterier (eller sanser) mediet opfylder. De fire kriterier lyder som følgende (frit oversat): 1) *Muligheden for øjeblikke respons*, 2) *Evnen til at kommunikere forskellige signaler (ord, kropssprog osv.)*, 3) *Evnen til let at formidle følelser* 4) *Brugen af et naturligt sprog frem for tal*.

Begreberne kan anvendes til at betragte, hvilke mulige årsager der kan være til, at de unge fravælger eller vælger et givent rum, når de kommunikerer om følelser og konflikter online.

### *Presence - low presence og high presence*

En yderligere betragtning heraf, kan man gøre ud fra begreberne "high presence" eller "low presence", der skelner mellem en stærk følelse af tilstedeværelse i kommunikationen eller en mindre stærk, som kan have relevans for de unges valg af, hvorvidt de ønsker at kommunikere om

et givent emne. Begreberne vil jeg anvende i empirien som en udvidet betragtning af, hvorfor de unge til – eller fravælger et givent rum, når de kommunikerer om følelser eller konflikter.

### ***Det ikke-autentiske***

Turkle taler om det ”ikke-autentiske”, som hun mener gør sig gældende på sociale medier, og skal forstås som en måde, hvorpå man kan anskue de unge ”performer” online. Ifølge Turkle mister de unge, via denne type kommunikation, intimiteten i deres relationer. De glemmer autenticiteten.

Begrebet er relevant at betragte i analysen for at søge en forståelse mod, hvilken betydning de unges adfærd online kan ses som, og hvilken betydning, det har for deres relationer online.

Dette er dog blot en anskuelse af de unges adfærd online. Larsen har, som ovenstående, et andet syn herpå, hvilket jeg vil tage højde for i begrebets brug. Dette forholder sig kritisk til de unges adfærd online.

### ***Real teknik***

Turkle stiller sig kritisk overfor teknologien og påpeger gennem ”real teknik” begrebet, at det er vigtigt, at de unge foretager en kritisk vurderingen, når de anvender medierne. De unge skal ikke lade sig blive ofre for teknologien, og må tage nogle bevidste til – og fravalg ud fra et ”real teknik” tjek.

Begrebet vil jeg sætte i spil i analysen for at anskue, om de unge anvender et ”real teknik” tjek, når de skal anvende medierne til at tale om konflikter og følelser, eller om de blot hovedkulds kaster sig over de medier, der står tilgængelige for dem. Begrebet er endnu et bidrag til at betragte, hvordan de unge anvender medierne.

## **Analyse 1 – Unges følelser online**

De tre forskere, Derks, Bos og Grumkbow, har som nogen af de første gennemført en undersøgelse af følelser i social interaktion online (2004). De anser manglen af de nonverbale signaler, der udgør en stor del af den emotionelle kommunikation, for at være en af de væsentligste forskelle mellem ansigt-til-ansigt kommunikation og medieret kommunikation (Artikel 9). Fraværet af dette forhold, anser de i høj grad, som værende en af de afgørende problematikker i diskussionen af, hvorvidt medieret interaktion kan eller ikke kan være emotionel og dyb.

I følgende analyseafsnit vil jeg se nærmere på, hvordan de unge i empirien forholder sig til følelser og emotionel kommunikation online. Hvordan udtrykker de følelser online, hvilken betydning har medierne i denne sammenhæng og hvad mener netop de om dyb og emotionel kommunikation online – kan det lade sig gøre?

### **At udtrykke følelser online**

Mange anser den medieret interaktion som en forringelse af ansigt-til-ansigt kommunikationen. Ifølge Baym er det fordi, man lader denne blive normen og holder den op imod alle andre kommunikationsformer. Tidligere anså man også telefonen, som en forringet udgave af intim kontakt, og derfor mindre egnet til interpersonel kommunikation om følelser og emotionelle emner (Baym 2011: 52).

Dog er det måske ikke helt tilfældigt, at det netop er denne kommunikationsform, som mange sætter op på et piedestal. Måden mange udtrykker deres følelser på, er via ansigt-til-ansigt kommunikationen og gennem de nonverbale signaler. Den nonverbale kommunikation udgør ca. 90 % af kommunikationen, når man taler sammen ansigt-til-ansigt, og omfatter kropssprog, stemmeleje, ansigtsudtryk, håndtryk, afstand til andre og påklædning (Hald 2009:45). De nonverbale værktøjer har derfor stor betydning for, hvordan man aflæser og forstår hinandens hensigt, udtryk og de følelser, der bliver kommunikeret mellem to eller flere kommunikationsparter (Hald 2009). I en medierende kommunikation, der primært udgør skrift, er det netop, som de tre forskere peger på, Derks, Bos og Grumkbow, de nonverbale signaler, der er fraværende og det kan være vanskeligt, når de unge skal kommunikere emotionelt og udtrykke følelser online.

Baym argumenterer i modsætning hertil for, at medieret interaktion i højere grad skal tænkes på en ny facon. Hun foreslår, at den medierede kommunikation bliver anvendt som en *mixet modalitet*, der kombinerer elementer fra ansigt-til-ansigt kommunikation og skriftsproget således, at man ikke

blot nedgraderer den medierede kommunikation til en forringet udgave af ansigt-til-ansigt kommunikation i det fysiske rum (Baym 2010:51).

Ud fra empirien ses en tendens til, at de unge anvender den medierede kommunikation som en mixet modalitet, når de skal udtrykke følelser. Det kommer til udtryk ved, at flere af de unge udtrykker deres følelser, humør og hvordan de har det online via tekstkommunikation. Både når de er kede af det, triste og er uvenner med deres bedste veninde, men også når de er glade og har det sjovt med deres venner. De udtrykker deres sindsstemninger ved at lave forskellige opdateringer på Facebook, eller skriver sammen over sms'er med deres venner eller snapper sammen på det sociale medie Snapchat.

De lader dog sjældent teksten stå alene i den medierede kommunikation, når de udtrykker følelser. De tilføjer samtidigt elementer fra ansigt-til-ansigt kommunikationen, hvilket i følge Turkle (2011) netop er de to elementer, der sammen skaber en mixet modalitets form af den medierede kommunikation. Turkle mener, at denne modalitet er en anden måde at udtrykke sig selv på online, end blot at anse den medierede kommunikation for forringet, fordi den ikke udgør samme funktioner som ansigt-til-ansigt kommunikationen (Turkle 2011:51).

Det ekstra element eleverne anvender i den medierede kommunikation, når de udtrykker følelser og humørtilstand, kommer til syne i empirien ved, at de unge i høj grad tilføjer *emoticons* i deres udtryk af følelser og til skriftkommunikationen heraf. Empirien danner altså tydelige spor af, at flere af eleverne gør aktivt brug af emoticons (eller "smileys" som de kalder symbolerne i empirien), og tilføjer dem som et supplement til en skrevet tekst eller i andre tilfælde lader dem stå alene uden tekst. Emoticons som de unge anvender, kan både være sjove, grædende, grinende mv. alt efter deres humør, og hvad de føler.

I empirien på tværs af fokusgrupperne bliver sammenhængen mellem brugen af emoticons og online kommunikerede følelser tydelige, når målgruppen kommunikerer.

Nedstående citater er nogle eksempler på, hvordan de unge udtrykker relationen mellem humør og brugen af emoticons. I det første citat udtrykker eleven, at man kan sende emoticons alt efter sit humør:

*R2: "At hvis man sender smiley, så viser det lidt, hvordan man har det, om man er glad, sur eller ked af det et eller andet sådan."*

(Fokusgruppe 1, 12:58)

Det følgende citat er et eksempel fra 6. klasse, hvoraf en af eleverne udtrykker, at hvis hun skal lave en status på Facebook og udtrykke ”føler sig ked af det”, kan hun godt forbinde emoticons til opdateringen:

*R1: ”Hmm... billeder på Instagram der skriver jeg næsten ikke kommentarer. Men hvis det er på Facebook, hvis jeg opdaterer min status eller et eller andet.. og hvis jeg så skriver ”føler sig ked af det” eller et eller andet, så kan man godt lave sådan en smiley.”*

(Fokusgruppe 4, 16:11).

I nedenstående citat udtrykker eleven, at hun er ked af det, fordi hun muligvis er uvenner med sin veninde, og derfor sender emoticons, der græder:

*R3: ”Ja, øh, en gang var jeg rigtig ked af det. For jeg øh eller jeg troede, at jeg sådan var blevet uvenner med min bedste veninde for.. vi har været venner siden vi var fem år eller sådan noget, så det var jo ikke så godt at blive sådan uvenner. Så på Snapchat sendte jeg sådan et par, sådan nogle smiley, der græder.”*

(Fokusgruppe 2, 15:20).

Man kan betragte sammenhængen mellem de unges brug af emoticons og deres kommunikation af følelser ud fra den førnævnte undersøgelse af følelser i social interaktion online af de tre forskere Derks, Bos og Grumkbow (2004). Undersøgelsen er samtidigt en af de første, der undersøger brugen af emoticons, og hvilken effekt de har i medierede interaktion. Forskerne anser emoticons for at være med til at danne og opnå samme effekt som de nonverbale signaler, man kender fra ansigt-til-ansigt kommunikation (Artikel 9). En tekst uden emoticons kan ifølge de tre forskere forvirre meddelelsens budskab, fordi mange mennesker i så fald kan have svært ved at opfange de rigtige følelser, attitude eller intentioner i kommunikationen. De sammenligner brugen af emoticons på lige fod med de nonverbale signaler, som i høj grad også ville forvirre et kommunikationsbudskab, hvis ikke de var tilstede i ansigt-til-ansigt kommunikation (Artikel 10). Dette er også en af Daft og Lengels (1984) pointer, dog mener de ikke, at de nonverbale signaler alene bidrager til en forsimplet kommunikationsudveksling, men peger på, at flere kriterier skal

være opfyldte. Det er de tre forskere, Derks, Bos og Grumkbow dog ikke enige i. De mener, at emoticons i høj grad kan udgøre samme effekt som nonverbale signaler, som kan være med til at udtrykke følelser, og derved også medvirke til en emotionel og dyb kommunikation. De afviser antagelsen om, at de unge ikke kan interagere emotionelt og udveksle dyb kommunikation online. Ovenstående eksempler fra empirien kan understøtte de tre forskeres påpegnings af, at eleverne i høj grad giver udtryk for stærke følelser og uvenskaber i den online kommunikation.

Det er dog ikke kun dybe og emotionelle følelser, som når de unge er kedede af det eller er i dårligt humør, som de udtrykker med hjælp fra emoticons. Det kommer flere gange til udtryk, at de unge i lige så høj grad anvender emoticons til emotionel kommunikation og dybe følelser, når de er glade og i et godt humør:

*R3: "Eller hvis man sender beskeder til hinanden, hvis man sådan, hvis man er glad, kan man jo godt finde på at sende en eller anden glad smiley eller de der.. (mumlen)."*

(Fokusgruppe 2, 13:09)

I nedstående citat kommer det til udtryk, hvordan en af de unge anvender grine emoticons i en sms-udveksling med en ven. Han giver udtryk for, at fordi han sender grine emoticons af sted i det virtuelle rum og udtrykker en grinende adfærd heri, er der ikke nødvendigvis en sammenhæng til det han føler i det fysiske rum:

*R3: "Altså når jeg (mumlen) sms'er med en af mine venner, laver jeg sådan en der griner, men det er jo ikke, fordi jeg sidder og griner. Jeg sidder jo bare og kigger på mobilen (...)."*

(Fokusgruppe 4, 15:04)

### **Forskellige adfærdsformer**

Ovenstående citat kan pege mod et udtryk for forskellige adfærdsformer i det virtuelle og fysiske rum, hvilket er en pointe, som Turkle refererer til, og som kan være interessant at betragte i forhold til mediernes betydning for de unge, når de udtrykker sig online. Med Turkles begreb "*det ikke-autentiske*" påpeger hun en tvetydighed mellem online- og offline adfærd. Hun mener, at "*det ikke-autentiske*" er, når de unge "*performer*" online og ikke lader den online adfærd stemme overens med den fysiske virkelighed. Men at de unge udgiver sig for noget andet, eller de har nogle andre

følelser, end hvad de reelt set er/har og føler offline. Benson påpeger også denne forskel mellem online og offline adfærd, og betragter dem netop ikke som sammenhængende. Hun sammenligner det med en jobsamtale, hvor personen udviser den "bedste" udgave af sig selv i 45 min., og derefter tager hjem og falder tilbage til den person, man er, med alle sine fejl og mangler, efterfølgende. Både Benson og Turkle peger begge på "performer" delen som en stor del af den online adfærd. Og de mener begge, det har sociale omkostninger for de unge.

Ovenstående citat kunne være et udtryk for, at eleven udgiver en bestemt online adfærd overfor sin ven, som han finder passende i deres kommunikationsudveksling, men som ikke nødvendigvis stemmer overens med, hvad han føler eller udviser i det fysiske rum, han befinder sig i under korrespondancen. Vennen er ikke i det samme fysiske rum og derfor mener både Turkle og Benson, at det bliver nemt at skabe en "ikke-autentisk" adfærd, og at den unge kan spille en rolle af sig selv, som han eller hun ønsker at være. Ovenstående eksempel kan pege mod disse betragtninger. Dog er det svært at tolke om elevens forskellige adfærdsformer lige præcis er en overlagt fejlrepræsentation af sig selv online eller om det i højere grad er udtryk for blot en konstatering, som eleven gør sig i citatet.

Turkle mener, at denne "performer" adfærd kan have en stor konsekvens for de unges sociale relationer, fordi de unge gemmer sig bag en skærm og udviser en anden adfærd og rolle end, hvad de virkelig føler, eller hvem de reelt er offline. Hun mener, at det skader intimiteten i de unges relationer og det autentiske imellem de unges relationer. Det er Schultz dog ikke enig i. Han mener, at de unge har rig mulighed for at "tjekke" hinanden i de virtuelle rum, da de unge ofte kender hinanden fra den offline verden og derfor har mulighed for at se om online- og offline adfærd stemmer overens. Man kan dog stille spørgsmålstejn ved, hvorvidt de unge kan "tjekke" hinanden i en korrespondance over sms-udveksling, som ovenstående, da kommunikationen er asynkron samtidig med, at det kan være vanskeligt at afkode, hvorvidt et humør er ægte eller ikke, da humør og følelser kan skifte fra et sekund til et andet.

Baym udtrykker nogen grad af enighed med Turkle og Benson. Hun argumenterer også for, at den medierede kommunikation er med til at udfordre de unges relationer. Hun peger dog særligt på forholdet af, at netop fordi mange er vant til at aflæse og vurdere hinandens udsagn ud fra de nonverbale signaler i dialog med andre, som ofte er fraværende hos de digitale medier, udfordrer



den medierede kommunikation den konventionelle forståelse af at vedligeholde og opbygge relationer (Baym 2010:103).

### **Emoticons som nonverbalt sprog**

Det kommer gentagende gange til udtryk i empirien, at de unge anvender emoticons som et selvstændigt sprog, der ikke altid behøves at understøttes med tekst for at give mening i sit budskab. Et eksempel herpå er fra 4. klasse, hvor en elev forklarer, at i stedet for at uddybe, hvordan hun har det "oooog alt sådan noget" (Fokusgruppe 2, 13:23) så er det nemmere bare at sende emoticons i stedet, da den anden kommunikationspart ved, hvad budskabet er. Man kan tolke det således, at det ligger implicit i selve de forskellige udtryk af emoticons, hvad de unge gerne vil kommunikere og give udtryk for:

*I: "Bruger I meget smiley på de her medier? "*

*R1: "Ja jeg gør i hvert fald. Fordi. For det første synes jeg det er sjovt sådan og, og.. Ja, sende. Ømh og for det andet så er det bare sådan, hvis, så behøves man ikke. Hvis personen spørger, hvordan har du det i dag, så behøves man ikke sige sådan, jeg har det godt oooog alt sådan noget, så kan man bare sende en glad smiley. Det er i hvert fald det jeg gør. "*

(Fokusgruppe 2, 13:23)

Det nedstående citat er også et udtryk for, at de unge anvender emoticons selvstændigt til at udtrykke enten deres humør, eller hvad de føler uden tekst, men stadig kommunikerer et budskab i form af emoticons, som den anden part implicit forstår.

Nedstående citat er endnu et eksempel på et udtryk for en implicit forståelse af emoticons stående alene:

*R3: "Jeg har også lige en mere. Nogle gange så sender jeg også bare smileyer for der ikke kan sådan være mere på snapchat, så kan man ikke skrive rigtigt særligt meget. Så nogle gange sender jeg også bare smileyer. For så ved personen.. sådan, hvad jeg vil sige. "*

(Fokusgruppe 2, 16:05)

Man kan betragte de unges brug af emoticons i den online kommunikation som et selvstændigt sprog, som de kan tolke og afkode uden nærmere tekst eller yderligere referencer. Dertil kan det også pege mod, at de unge i empirien anvender emoticons som et *nonverbalt online sprog*, som de

tre forskere af den tidligere nævnte undersøgelse, Derks, Bos og Grumkbow (2004), også synliggør. Flere af de unges udsagn og måden, hvorpå de bruger emoticons i deres online kommunikation om følelser, kan man sammenligne med brugen af nonverbal signaler i ansigt-til-ansigt kommunikation, der også udgør en stor del af følelseskommunikationen.

Eksempelvis kan man sammenligne og tolke det første udsagn således, at eleven ikke gider forklare i ord og fortællinger om sin sindstilstand. Havde korrespondancen foregået ansigt-til-ansigt havde hun muligvis sendt vedkommende et smil eller givet udtryk for, hun var ked af det gennem sit kropssprog. Det ville i den fysiske verden være en måde, hvorpå man kommunikerer sit humør, og hvordan man har det, uden at udtrykke det verbalt. Samtalen befinder sig dog i det virtuelle rum, og eleven gør brug af emoticons i stedet for. På denne måde behøver hun ikke udtrykke sin sindstilstand på skrift, men kan blot, som i det fysiske rum, sende emoticons af sted, der på samme vis, som smilet eller hendes kropssprog i det fysiske rum, udtrykker, hvordan hun har det. Dog adskiller emoticons og de nonverbale signaler sig ved, at være mere bevidste og frivillige end den nonverbale kommunikation, og derfor også mere begrænsede i deres udtryksform end, hvis eleven kommunikerer følelser i det fysiske rum (Artikel 9). Det kan betyde, at eleven i højere grad er mere refleksiv omkring sine følelser i det online rum og mere kontrolleret omkring dem, end hvis hun skal give udtryk for dem i det fysiske rum. På den måde kan man diskutere, hvorvidt emoticons opnår fuldstændig samme effekt, da emoticons altid vil udtrykke følelser der er helt bevidste og frivillige, og det vil spontane følelser i det fysiske rum ikke være på samme vis.

### **En stærk følelse af tilstedeværelse**

Det er også interessant at betragte elevernes brug af emoticons og hvordan de implicit afkoder symbolerne ud fra begreberne "low presence" og "high presence". Presence (eller tilstedeværelse) er ikke noget, som medierne i sig selv skaber, men er i højere grad en følelse af presence mellem de to kommunikationspartere, som de enten i høj - eller lav grad skaber i et samspil med hinanden og mediet. Man kan ifølge Stald og Madsen skabe en stærk følelse af presence gennem et medie, hvis man kender hinanden godt, har fælles erfaringer og kontinuerlig kommunikationsudveksling. På denne måde kan man sammen skabe nogle fælles koder, som gør, at oplevelsen af presence forstærkes og budskabet tydeliggøres mellem de kommunikerende partere ( Stald og Madsen 2005).

Man kan tolke det således, at de unge skaber, i deres brug af emoticons, en fælles og indforstået kodning af de forskellige emoticons, som medvirker til en stærk følelse af presence mellem de unge, når de udveksler emoticons i deres interaktion. Den høje grad af presence kan dertil medvirke, at de kan aflæse hinandens budskaber blot ud fra symbolerne, uden tekst eller andre understøttende elementer af budskabet. Men for at de unge kan skabe denne fælles forståelse og afkode emoticons, der udgør et budskab i sig selv, kan det pege på, at de unge har et stort kendskab til hinanden. Og at de i høj grad er vant til at udveksle emoticons med hinanden, som gør, at de kender hinandens reaktionsmønstre rigtig godt. Man kan muligvis tale om en følelsesmæssig forbindelse hos de unge, som medvirker til at de kan benytte denne måde at kommunikere på, hvor de udtrykker deres følelser alene ved brug af tegn, og alligevel kan forstå hinanden og respondere hinanden ud fra fælles koder. Det ville med al sandsynlighed være vanskeligt at benytte sig af sådan en kommunikationsform og skabe en fælles forståelse heraf, hvis ikke kommunikationsparterne jævnligt interagerer og kender hinanden godt for at skabe koderne sammen og forstå implicit de forskellige emoticons betydninger.

Udsagnene giver altså overordnet udtryk for, at der er en fælles konsensus blandt eleverne om, hvad de forskellige emoticons udtrykker og de via denne indbyrdes forståelse og kodning, skaber en høj grad af presence i deres kommunikationsudveksling om følelser. Man kan eventuelt stille spørgsmålstejn ved, om de ville udtrykke deres følelser online og til hinanden, hvis ikke de følte en stærk grad af tilstedeværelse i kommunikationen?

Det forhold sætter flere teoretikere fokus på, som også diskuteret i teorirammen. Nogen mener, at i de virtuelle rum er backstage blevet det nye frontstage og at de unge i høj grad udveksler følelsesladet og ”privat” kommunikation offentligt særligt på de sociale medier (Tække 2010: Schultz 2011). Tække (2010) mener tilmed, at det er et *krav* i dag for at begå sig online, at man skal udgive sig selv og store dele af sit privatliv. Det er et vilkår for at kunne begå sig på de sociale medier.

Ud fra empirien og de unges udsagn om følelser og emotionelle situationer, f.eks. uvenskab, peger det på, at backstage i nogen grad er flyttet mere ud i offentligheden med særligt de sociale medier end tidligere, og Tække derfor kan have ret i sine betragtninger heraf.

Det kommer eksempelvis til udtryk i nedstående udsagn, hvor eleven giver udtryk for sit humør, ”at hun følger sig ked af det”, som kan forbindes med en privat og backstage adfærd ud fra Goffmans definition heraf, men som eleven ønsker at udtrykke i samspil med emoticons og lægge offentligt ud på Facebook og dermed gøre til en frontstage adfærd:

*RI: ”Men hvis det er på Facebook, hvis jeg opdaterer min status eller et eller andet.. og hvis jeg så skriver ”føler sig ked af det” eller et eller andet, så kan man godt lave sådan en smiley”*

(Fokusgruppe 4, 16:15).

Man kan således ud fra Goffmans definition af back stage og front stage sammenholde elevens Facebook opdatering med en backstage adfærd, der bliver koblet sammen med frontstage. Eleven vælger ikke kun at fortælle de nærmeste, at hun føler sig ked af det, men lægger det ud som en opdatering til alle sine venner på Facebook, og derved offentliggør hun sit humør og sit velbefindende. Det ville man før de sociale medier og ud fra Goffmans definition, sandsynligvis, have betragtet som privat og tilhørende en backstage adfærd. Man kan diskutere, hvorvidt eleven inden de sociale mediers tid, ville fortælle en bred skare af mennesker, at hun var ked af det eller som Drotner (1995) peger på, at pigerne gjorde i 90’erne: lade følelsen være henvist til en backstage adfærd på teenageværelset og til de nærmeste veninder.

Flere peger på, at netop de sociale medier i høj grad har været medvirkende til at skabe en forskydning i frontstage og backstage, og hvad man tidligere anså som privat og personligt (Tække 2010: Schultz 2011). I forhold til de personlige relationer er Turkle (2011) endnu engang af den anskuelse, at fordi de unge konstant skal holde sig tilgængelige online og pleje de perifere venner på Facebook, mister de den nære relation. Man kan også pege på det element i forhold til ovenstående citat, at backstage rykker ud af teenageværelset, og den tidligere snak, der ville være forbeholdt veninderne der, rykker ud i den perifere cirkel i stedet.

### **Emoticons og misforståelser**

Som klarlagt og diskuteret i ovenstående afsnit, kommer det flere steder til udtryk i empirien, at de unge er vant til at anvende emoticons, når de kommunikerer følelser online, og emoticons er en kommunikationsform, de benytter sig af i høj grad. Følgende afsnit vil synliggøre, *hvor* meget de unge anvender emoticons i deres online emotionelle sprog, og hvilke betydninger det kan have.

I de unges udsagn kan man tolke, at det bliver en selvfølge for dem, at emoticons følger med tekstbeskeder. Eleverne giver flere gange udtryk for, at de er meget uforstående overfor beskeder, hvoraf emoticons *ikke* fremgår eller er tilhørende i den medierede tekstkommunikation. I nedenstående udsagn udtrykker flere af respondenterne i samme udsagn eksplicit, hvor meget de anvender emoticons. En siger ligefrem, at i hver og en sms har man emoticons:

*I: "Er det noget, I bruger meget?"*

*R-alle: "Ja."*

*R4: "Er du gal man."*

*R-alle: (Alle griner og taler i munden på hinanden)*

*R3: "I hver sms har man en eller anden smiley."*

(Fokusgruppe 3, 12:43)

Og endnu et eksempel herpå:

*R1: "Jeg bruger også... jeg laver altid.. laver altid smileys."*

(Fokusgruppe 1, 12:50)

I få tilfælde i empirien er der nogle af eleverne, der giver udtryk for, at de ikke i så høj grad anvender emoticons. Det er sjældent i empirien, at udsagnene fra eleverne peger i den retning, men enkelte tilfælde gjorde, hvilket er interessant at inddrage i analysen for at se nærmere på, hvad der kan være årsag til, hvis eleverne *ikke* gør brug heraf, og hvilken betydning det i så fald kan have.

I nedenstående citat forklarer eleven, at han ikke anvender emoticons i så høj grad, fordi han benytter sin mobiltelefonen meget mindre end de andre i klassen:

*R1: "Jeg bruger det ikke specielt."*

*I: "Okay, hvorfor bruger du det ikke fx?"*

*R1: "Fordi jeg er ikke så meget på mobilen, som de er. Jeg er meget mindre."*

*I: "Okay."*

(Fokusgruppe 3, 12:55)

Den samme elev tilføjer senere i fokusgruppen, at han også finder det distraherende med emoticons:

*I: "Okay og hvad ømh, hvad ville I tænke med sms'er uden smileys? "*

*R1: "Så ville det ikke være distraherende."*

(Fokusgruppe 3, 13:45)

Man kan tolke det således, at eleven ikke på samme måde, som de andre elever, finder det nemt at afkode eller forstå den fælles konsensus om brugen af emoticons,. Hvad de betyder og udtrykker i et budskab, og derfor ikke har så stærk en følelse af presence i kommunikationsudvekslingen af emoticons, men i stedet finder dem "*distraherende*". Man kan tolke det som et vigtigt forhold, at de unge afkoder og skaber en indbyrdes følelse af presence med hinanden for, at det giver mening at sende emoticons i beskeder eller som selvstændige symboler.

Det ses dog i mange tilfælde i empirien, at det kommer til udtryk, hvor vigtig en faktor emoticons udgør i de unges online kommunikation om følelser, og at de har en stor betydning for budskabet af beskeden, og hvordan denne fortolkes. Der er flere eksempler på, at hvis der ikke indgår emoticons i en sms-besked, kan det ligefrem skabe forvirring hos de unge og spørgsmål om, hvorfor beskeden ikke indeholder emoticons.

I nedstående citater udtrykker de to piger en meget stor uforståenhed overfor manglende emoticons i en sms-besked. Og særligt er det at bemærke, at den ene af pigerne er meget uforstående overfor, at hun netop ikke får emoticons tilbage i en besked, når hun selv havde sendt emoticons med i hendes:

*I: "Okay og hvad ømh, hvad ville I tænke med sms'er uden smileys? "*

*R3: "Altså det er sådan lidt sådan.. hvor er smiley'erne henne? "*

*R4: "Ja.... Men hvorfor får man ikke en smiley tilbage?"*

(Fokusgruppe 3, 13:55)

Et andet eksempel herpå er fra pigerne i 6. klasse, der også udtrykker en stor forundring, hvis ikke de får emoticons tilbage i deres tekstbeskeder.

*I: "Okay hvad vi I nu fik en tekst, fik en tekst fra en veninde eller fra en god ven der ikke havde smileys? "*

R3: "Så vil jeg tænkte sådan er hun sur på mig eller? Er hun sur på mig?"

R4: "Eller ked af det? "

(mumlen i kor)

(Fokusgruppe 3, 14.09)

Ovenstående vidner igen om denne fælles konsensus, som de unge skaber i brugen af emoticons. Det kan tolkes sådan, at der både i betydningen af symbolerne ligger en implicit fælles forståelse af denne, men samtidigt kan ovenstående citat også bevidne, at der er en indbyrdes fælles *forventning* om, at de unge sender emoticons med til hinanden i tekstbeskeder, og at det nærmere er reglen end undtagelsen. Det kan generelt pege i retning af, at emoticons er blevet en vigtig del af online tekstbeskeder, og de udgør en meget central del af den medierede kommunikation hos de unge. Ikke blot, når de skal udtrykke følelser og emotionel kommunikation, men generelt som et element i deres tekstbeskeder til at udtrykke og forstå hinandens budskaber bedre. Samtidigt peger det også mod, at det er nødvendigt for de unge at have et stort kendskab til hinanden og en fælles forståelse, som gør, at de netop sammen kan skabe disse kodninger af emoticons og forstå dem implicit i deres kommunikationsudveksling. Det kan pege mod, at de unge har en følelsesmæssigt forbindelse til hinanden, som medvirker til de i høj grad gør og *kan* skabe det fælles sprog af emoticons, som de unges udsagn i empirien kan tolkes som.

### **Misforståelser**

Til trods for de unges store forbrug af emoticons, giver empirien også udtryk for, at de små symboler kan være med til at skabe nogle misforståelser i de forskellige kommunikationsbudskaber. I det følgende citat, udtrykker eleven, at hun netop "bløder en besked op" med brugen af emoticons for at understrege budskabet betydning, og for at den anden kommunikationspart ikke skal tro, at hun er sur på pågældende. Man kan argumentere for, at eleven anvender et af de klassiske retoriske begreber i hendes budskab, hvor hun søger tilslutning i sit udsagn via brug af pathos. Dette kommer til syne i nedstående citat ved, at eleven forsøger at appellere til modtageren via hendes eller hans følelser, og udtrykker sig, så personen ikke tror, at hun er sur på vedkommende. For at understrege denne pointe, gør hun brug af emoticons, der kan appellere til vedkommendes følelser, som hun derigennem forsøger at få tilslutning til. Denne teknik kan ud fra de klassiske retoriske begreber betragtes som en pathos-appel, som afsender bevidst gør brug af i sit forsøg på at søge tilslutning af sit budskab ved hjælp af modtagerens følelser (Hald 2009).

Nedstående citat kan igen pege på, at der er en fælles konsensus om brugen af emoticons blandt de unge, der er så stærk, at hvis de ikke får emoticons tilbage, stiller de spørgsmålstegn hertil, som beskrevet ovenfor, eller som i nedstående citat, hvor to veninder bliver uvenner over de manglende emoticons:

*R4: "To af mine veninder har faktisk haft et skænderi om hvorfor de ikke sendte smileyer til hinanden."*

(Fokusgruppe 3, 14.16)

Nedstående citat kan igen pege på, at der er en konsensus om brugen af emoticons blandt de unge, der er så stærk, at hvis de ikke får emoticons tilbage, stiller de spørgsmålstegn hertil, eller som i ovenstående citat bliver uvenner over de manglende emoticons:

*R1: "Man skriver et eller andet, så måske, hvis man bare sagde det, så kunne det godt lyde lidt alvorligt, så sender man en smileys for at vise, jeg er ikke sur på dig, men jeg spørger dig bare..."*

(Fokusgruppe 1, 12:50)

Ud fra ovenstående udsagn kan man tolke det således, at denne indforståethed om, at man altid anvender emoticons blandt de unge, hurtigt kan føre til misforståelser, hvis symbolerne pludselig ikke udgør en del af beskederne. Dette forhold kan man betragte ud fra Daft og Lengels (1984), som påpeger, at jo flere sanser et medie opfylder, jo mindre er sandsynligheden for, at det kommunikerende budskab vil blive misforstået.

Man kan betragte emoticons i en sms-udveksling ud fra Daft og Lengels fire kriterier, der udgør et "rich" medie. I et sms-medie udgør emoticons de nonverbale signaler, der er mulighed for øjeblikkelig respons trods den asynkrone kommunikation, og der er mulighed for et forståeligt sprog. Betragter man sms-mediet ud fra disse kriterier, kan man anskue dette som et "rich" medie, som netop egner sig til at minimere risikoen af misforståelser i kommunikationen. Dog kan man samtidigt pege på, ud fra empirien, at dette ikke altid gør sig gældende, men at de unge, trods brugen af et "rich" medie i form af sms-udveksling, stadig kan misforstå hinanden. Dog er et rich medie heller ikke garanti for ingen misforståelser i kommunikationen, som altid potentielt kan opstå, når to partere kommunikerer sammen.



Man kan dog diskutere, ud fra de unges udsagn, om de unge i høj grad anvender emoticons netop for at undgå at blive misforstået i deres tekstbeskeder online. Og at de "lean" medier, som i form af sms-mediet og de sociale medier, hvoraf meget af den medierede kommunikation udgør skrift, i højere grad udgør et "rich" medie ved tilføjelsen af emoticons. Hvis man betragter emoticons som de nonverbale signaler, udgør de et af de fire kriterier, som Daft og Lengel peger på som medvirkede til at udgøre et "rich" medie. Ud fra denne anskuelse bidrager emoticons til færre misforståelser i de unge kommunikationsudveksling online i et ellers "lean" medie som sms-mediet. Dog påpeger undersøgelsen af Derks, Bos og Grumkbow også, at emoticons ikke er 100 % lig nonverbale signaler, men adskiller sig ved at være mere bevidste og frivillige end den nonverbale kommunikation, og dertil er de også mere begrænsede i deres udtryksform end følelser i det fysiske rum (Artikel 9). Derfor mener de heller ikke, at man kan sammenligne emoticons fuldstændigt på lige fod med de nonverbale signaler i ansigt-til-ansigt kommunikation. De taler for, at der stadig vil være et færre antal misforståelser i denne (Artikel 9).

Betragter man dette forhold ud fra empirien kan det tyde på, at de unge også anvender emoticons til at understøtte et budskab og understrege en pointe i deres budskab på samme vis, som hvis man ønsker at understøtte sin kommunikation ansigt-til-ansigt. Man kan dog sige, at den helt store forskel mellem brugen af emoticons og nonverbale signaler er, som jeg skriver ovenfor, at emoticons er langt mere bevidste.

## **Opsummering**

Følgende afsnit er en opsummering af analysens første del om unges følelser online. Jeg vil præsentere de overordnede linjer af analysens fund og samtidigt synliggøre, hvilke diskussioner de kalder på. Jeg vil senere, i en samlet diskussion af de to analysedele, inddrage disse for at nærmere mig et svar på specialets problemstilling.

Analysen peger mod, at de unge gerne vil anvende de virtuelle rum til at kommunikere om følelser og emotionel kommunikation trods et fravær af de nonverbale signaler. De giver udtryk for deres sindsstemninger online f.eks. ved at lave Facebook opdateringer og skriver sms'er med deres venner. Selvom de unge udtrykker, at de gerne vil kommunikere følelser online, giver analysen ikke et entydigt svar på, hvorvidt de i høj grad finder medierne egnet til at formidle deres følelser? Det vil jeg i det selvstændige diskussionsafsnit berøre nærmere.

Dertil giver analysen indblik i, at de unge i høj grad anvender *emoticons* i deres formidling af følelser online. Symbolerne udgør en stor del af måden, hvorpå de unge kommunikerer og udtrykker deres følelser og humør.

Det kan tolkes således, at de unge anvender emoticons til at erstatte de nonverbale signaler fra ansigt-til-ansigt kommunikationen, og at symbolerne på samme vis virker som understøttende elementer i den medierede kommunikation. Analysen giver ikke et entydigt svar på, hvilken effekt emoticons bidrager til i de unges relationer og interaktion. Jeg vil inddrage de forskellige fund i analysen, der kan bidrage til en interessant diskussion heraf, og således forsøge at nærmere mig et svar herpå. Diskussionen af medierne, og herunder emoticons, kan netop skabe en større forståelse af, hvilke implikationer de online og offline rum har, når de unge kommunikerer om følelser i henhold til specialets problemformulering.

## Analyse 2 – Unges konflikter online

Flere mener, at de nye digitale medier bevæger sig ind i alle situationer i de unges hverdag og er blevet en uundgåelig del af alle livets aspekter (Schultz 2011; Turkle 2011) – også når det gælder intimsfæren og emner af personlig og negativ karakter. Men, hvad mener de unge selv?

I dette kapitel vil jeg analysere, hvordan målgruppen anvender mediernes affordances, når de interagerer og forholder sig til konflikter og komplekse emner. Jeg vil se på, hvordan disse italesættes ud fra forskellige online - og offline ruter, og dertil vil jeg diskutere, hvordan de unges udsagn kan være et udtryk for nogle sociale praksisser på et gruppedynamisk niveau, som de danner i samspil med mediernes affordances.

### Foretrækker at tale om konflikter i klassen

Flere danske ungdomsmedieforskere (Schultz 2011; Larsen 2009) mener, at de interaktive digitale medier er med til at skabe en kommunikationsform, der i kraft af deres ofte få sanser, gør det nemmere og mere bekvemt at tale om intime emner af personlig og alvorlig karakter, og at særligt unge mennesker gør brug af disse frem for ansigt-til-ansigt kommunikation. Til trods for denne udbredte holdning inden for medieforskningen giver flere af informanterne i det empiriske materiale udtryk for, at de foretrækker at tale om et opstået problem eller en konflikt i det fysiske rum - i klassen og når de er sammen i frikvartererne. Et eksempel på det ses i nedstående citat:

*I: ”Okay. Ømh.. Hvis man nu, hvis der nu opstår noget, nu har I sagt, at der har været noget fnidder fnadder i klassen. Hvis I skal snak sammen om det eller snakke om det her problem. Hvad synes I så er lettes... at snakke om det på klassen eller snakker man mere om det på Facebook eller hvor snakker man om de her ting henne? ”*

*R3: ”I klassen.”*

*R2: ”Og i frikvarterene.”*

*R4: ”Ja i frikvartererne.”*

*R2: ”Alle vegne. .”*

*I: ”Alle vegne? .”*

*R4:” Det går, det spreder sig hele tiden sådan.. ”*

*I: ”Okay. Så man kan både sådan tage det.. Nu skal jeg lige forstå det. I snakker både om det i klassen og så også...”*

*R4: "I frikvarterene."*

*R3: "Ja i frikvarterene og med sine veninder og venner og alt sådan noget."*

*I: "Okay."*

*R4: "og friter og sådan noget."*

*R3: "Men ikke på Facebook der snakker man ikke så meget sammen. Ikke sådan om mobning inde på Facebook."*

(Fokusgruppe 3, 19:40)

Man kan se måden, hvorpå de unge håndterer og italesætter konflikters ruter i et socialt samvær som skolen, går ad forskellige online - og offline veje, der skabes af mediernes affordances. I de følgende citater vil man også kunne spore disse ruter, hvoraf nogle udelukkende bliver holdt af den offline vej, nogle bevæger sig online og andre flyder sammen.

I det ovenstående citat italesætter de unge en konflikts rute, der bevæger sig ud ad en offline vej. De unge udtrykker gennem en fælles konsensus, at de foretrækker at tale om et problem i det fysiske rum i form af klassen og i frikvarteret. I den sidste sætning i citatet bliver konflikten dog trukket ind i det virtuelle rum, på Facebook, men som den unge afviser til at være et sted, man taler om problemer.

Det er bemærkelsesværdigt i empirien, at de unge gentagende gange, på kryds og tværs af fokusgrupperne, italesætter konflikters ruter, der kun lader sig følge ad den offline vej. Særligt hvis man anskuer det ud fra feltet af medier og unges interaktion og relationer, hvor der befinder sig en generel forståelse af, at de offline og virtuelle rum flyder sammen hos de unge.

I empirien danner sig derimod et mønster af, at målgruppen ikke altid forholder sig til relationen mellem de offline og online rum som sammensmeltet. Mange af eleverne giver udtryk for, at de ønsker at håndtere konflikter offline i klassen og i fællesskab med deres klasselærer:

*I: "I behøves ikke fortælle så meget om konflikten, men hvordan løste I konflikten?"*

*R1: "Altså vi løste konflikten enten ved at, enten ved at ømh sige det til Ida, altså vores kasselærer, fordi at.. ja det hjælper bare nogle gange."*

(Fokusgruppe 2, 19:07)

Nedstående citat er også et eksempel herpå fra 4. klasse:

*R1: "Ida, Ida hiver en ud og så... Ida hiver dem som har været. Hvis nu fx, Ida hiver dem ud som har været i konflikt. Og så snakker hun først. Det kan være.. Fx i tirsdags så var jeg oppe at skændes, så snakkede hun først med mig og så snakkede hun med Yunus og så ja, og så blev det bare det. Hun ville bare vide, hvad det var der var sket."*

(Fokusgruppe 1, 19:10)

Det kan tolkes således, at målgruppen i nogle kommunikationssituationer, som når de skal håndtere en konflikt eller tale om et emne af personlig og intim karakter, foretrækker at adskille de to rum fra hinanden, og at de unge bevidst til - og fravælger det online eller offline rum alt efter, hvilket indhold de skal kommunikere om. Samtidigt kan det give udtryk for, at det fysiske rum ikke har mistet sin betydning, men at de unge i nogle tilfælde anvender rummets brug til en backstage adfærd, hvor det private og det intime forbeholdes de involverede partere i den givne konflikt eller situation, og ikke gøres til et offentligt skue på de sociale medier.

### ***En konflikts alvorgrad***

Flere af de unge udtrykker også i fokusgrupperne, at særligt alvorligheden af en konflikt kan have indflydelse på, hvorvidt de ønsker at tale om en givent problemstilling i offline - eller online rum. Er emnet ikke af så alvorlig karakter, giver de unge udtryk for, at de gerne vil skrive med deres venner om dette på eksempelvis Facebook. Er de derimod rigtigt sure på en person, så vil flere af respondenterne foretrække at tale om det via ansigt-til-ansigt:

*I: "Okay. Okay. Ja. Øøøh.. Hvis du nu var rigtig sur på en, hvor ville du så tage det op henne? "*

*R2: "Jeg ville sige det direkte."*

*I: "Direkte? "*

*R2: "Ja altså ikke på mobilen eller sms."*

(Fokusgruppe 4, 21:15)

En af pigerne fra 6. klasse udtrykker, at hun foretrækker ansigt-til-ansigt kommunikation, hvis problemstillingen er alvorlig, men hvis "det bare er lidt en ting", så vil hun gerne kommunikere om det på de sociale medier via skriftlig kommunikation:

*I: "Okay. Hvad siger du, kunne du finde på at tage en diskussion.. på skrift.. om det så er på sms eller på Facebook eller på Snap eller? "*

*R4: "Det kommer an på, hvad det er. Hvis det er noget ret alvorligt eller ville jeg nok have gjort det ansigt-til-ansigt, men hvis det bare er lidt en ting (mumlen), så ville jeg bare skrive det."*

(Fokusgruppe 4, 23:48)

Man kan betragte de ovenstående tendenser i empirien ud fra Daft og Lengel's begreber "rich media" og "lean media". De unge italesætter, at de ikke ønsker at tale om personlige emner via sms-udveksling og "at skrive sammen på Facebook". Disse medieformer kan man anskue som "lean" medier, og ifølge Daft og Lengel kan de være vanskelige at anvende i en kompleks kommunikationssituation. De nonverbale signaler er en af de fire kriterier, som de peger på skal være tilstede for at minimere risikoen for at misforstå hinanden i kommunikationen. Fraværet af den nonverbale kommunikation som eksempelvis i en sms-udveksling, kan gøre det svært at aflæse hinanden og forstå det budskab, der bliver kommunikeret. Det kan være en af årsagerne til, at de unge i empirien udtrykker, at de foretrækker ansigt-til-ansigt kommunikation i de nævnte situationer.

Det er som indledningsvist beskrevet i analysedelen dog ikke alle, der er enige i denne antagelse af de "lean" medier. Sætter man Turkle og Schultz op imod hinanden, er de af vidt forskellige holdninger til, hvordan "lean" medier medvirker positivt til at formidle et komplekst og følelsesladet budskab eller ikke.

Schultz anerkender, at der er forskel på ansigt-til-ansigt kommunikation og sms-udveksling i en intim samtale. Men ifølge hans undersøgelse kan man ikke pege konsekvent på et medie, der er mere velegnet til komplekse budskaber end andre. Han argumenterer for, at i det fysiske rum kan det være svært at være neutral. Man kan ikke undgå implicit at kommunikere til hinanden via den nonverbale kommunikation f.eks. magtsymbolik som dominans eller usikkerhed, humør eller, hvordan man har det. De barrierer kan i den digitale kommunikation forsvinde eller minimeres og Schultz argumenterer for, at fraværet af disse, giver de unge lov til at udtrykke sig blot, som de er og at tale fra hjertet uden at bekymre sig for de nonverbale signaler de selv og den anden udsender (Schultz 2011:34-35). Turkle er af stik modsat overbevisning. Ifølge hende er tekst-kommunikation forbeholdt hurtigt informationsudveksling, og hun mener ikke, at det er en kommunikationsform, der egner sig til komplekse følelsesudvekslinger. Turkle lægger sig op af Daft og Lengel's antagelse

af, at det er svært for de unge at aflæse et budskab over de "lean" medier og at de komplekse kommunikationsudvekslinger skal ske over "rich" medier som telefonen eller ansigt-til-ansigt, hvor man kan høre hinandens stemmer og en direkte respons finder sted. Turkle er fortalende for de "rich" medier, da hos de "lean" medier ikke er tid til at eftertænke, hvad man skal formidle til den anden person. Man skriver blot. Og det gør det til en mere ægte kommunikation, da den er langt mere spontan og umiddelbar (Turkle 2011:287). Schultz argumenterer mod og mener, at de "lean" medier ikke skaber en distance eller overfladiskhed imellem de unge, men kan bidrage til at de nærmer sig hinanden, og gør det lettere for dem at åbne op for intimiteten, fordi barriererne er nedbrudte (Schultz 2011:36).

Anskuer man de to holdninger ud fra empirien og den overvejende tendens mod, at de unge fortrækker at tale sammen ansigt-til-ansigt i komplekse situationer, kan man argumentere for, at eleverne anser de "rich" medier som fordelagtige at anvende. Eleverne nævner ikke eksplicitte årsager i deres udsagn til, hvad der netop skyldes, at de foretrækker et "rich" medie. Men jeg vil i et af de senere afsnit i analysedelen trække nogle problematikker frem, som de unge peger på, kan befinde sig i den online kommunikation, og til dels kan være årsagsforklarende.

Det er dog ikke konsekvent, at de unge fremhæver de "rich" medier. Det træder i enkelte tilfælde også til syne i empirien, at de unge gør brug af "lean" medier. Nedstående udsagn indikerer, at både sms-udveksling og at skrive sammen på Messenger kan forekomme i de unges interaktion. Eksempelvis hvis man er uvenner:

*R1: "Jeg ku, ejjj, ej jeg kunne aldrig finde på at skrive et eller andet totalt ondt. Jeg ku godt.. Mange gange, hvis det er.. så kan jeg godt finde på at skrive med mine veninder om det over sms. Men jeg kunne aldrig finde på at et eller andet skrive din smatso eller et eller andet.."*

(Fokusgruppe 1, 20:02).

Og et andet eksempel fra 4. klasse:

*R3: "Jeg skrev med en der hedder Niko."*

*R1: "Altså jeg kan godt finde på at skrive til mine venner."*

*R3: "Vi vi vi var uvenner inde på Messenger."*

*I: "Er det til hvor alle kan se det? Eller er det bare mellem jer?"*

*R4: "Nej det er noget inde på Facebook, men man kan selv bestemme, hvem der må se det."*

*R1: "Det er bare ligesom beskeder bare på Facebook."*

*I: "Når okay. Så der kan, så der har du prøvet og, og skændes med en på Messenger eller hvad det her? "*

*R3: "Ja."*

*I: "Okay."*

(Fokusgruppe 1, 20:40)

Man kan betragte brugen af "lean" medier ud fra Schultz' antagelse om, at de giver de unge et frirum til at tale frit fra hjertet. Man kan også anvende begreberne "high presence" og "low presence", og anskue brugen af de "lean medier" ud fra, at de unge har en stærk følelse af "presence" i situationen, som betyder, at selve kommunikationsformen er underordnet, fordi de har en følelse af høj tilstedeværelse mellem hinanden. Begge citater giver udtryk for, at de kommunikerede med deres venner, og dette kan ifølge Stald netop gøre udfaldet, da man sammen kan skabe nogle fælles koder, der skaber en høj følelse af presence.

### **Problematikker i den online kommunikation**

Eleverne italesætter undervejs i de fire fokusgrupper forskellige problematikker i forhold til at skulle tale om en konflikt online, som kan være med til at skabe en forståelse af, hvorfor eleverne i nogle tilfælde foretrækker at tale om en givent problemstilling i det fysiske rum, som flere af eleverne i empirien giver udtryk for, at de foretrækker.

En af de unge udtrykker, at det kan være svært at interagere om en konflikt, når det skal foregå via medierede skriftkommunikation, fordi det kan være vanskeligt at vide præcist, hvordan man skal formulere sig online:

*I: "Ikke rigtigt. Kunne I finde på at snakke om en konflikt på Facebook eller på sms? Ku I det?"*

*R3: " Det prøvede jeg "*

*I: "Ja, hvordan var det?"*

*R3: " Det var sådan.. lidt svært for man kunne ikke sådan rigtigt, sådan.. det var med at sige.. på hvilken måden man vil sige det og sådan. Det var lidt svært."*

(Fokusgruppe 2, 19:54).



En af de andre elever udtrykker, hun ønsker at tale om en diskussion ansigt-til-ansigt, fordi der opstår en mulighed for at ”bladretilbage” i diskussionen på Facebook på et senere tidspunkt, som derved skaber en risiko for at blive uvenner på ny. Det afholder hende fra at skrive om en diskussion på det sociale medie:

*I: ”Okay. Skælder du ud, når du sidder der hjemme og er på Facebook? ”*

*RI: ”Nej.”*

*I: ”Du ville ikke tage en diskussion op der? ”*

*RI: ”Nej fordi det er jo.. Jeg synes bare, det er lidt bedre at man så kan snakke med personen om det, fordi .. ellers hvis man sådan er blevet gode venner igen, og så bladretilbage i det der.. så kan man godt blive sur over det igen eller et eller andet. Det har jeg ikke selv prøvet det, men jeg ved nogle af mine andre veninder har prøvet.”*

(Fokusgruppe 4, 23:24).

I ovenstående citat giver eleven udtryk for en større usikkerhed forbundet med brugen af mediets affordances, og fravælger derfor at gøre brug af muligheden i det tilfælde. Ser man eksemplet i et bredere perspektiv, kan man anskue det ud fra et forandret tidsperspektiv hos de unge. Både set i forhold til, de i samspil med mediernes affordances skaber et samvær, hvor de konstant er tilgængelige for hinanden i nutiden, men dertil peger citat på, at de unge også skaber et samvær, hvor de er tilgængelige i fortiden. Man kan tale om, at potentielt er en konflikt aldrig afsluttet for de unge. De kan anvende muligheden for ”at bladretilbage” i gemte tekstbeskeder, og har mulighed for at finde gamle konflikter frem igen, de kan tage op på ny, og som eleven i ovenstående citat problematiserer konsekvensen af. Finnemann problematiserer dette forhold yderligere ved at konstatere, at det talte kan ændres over tid, og kan derfor være en styrke og mulighed for at indoptage ny erfaring i det fortalte. Hvorimod det skrevne, kan kompensere for denne ustabilitet, men kan på den anden side ikke være åben overfor nye input og erfaringer (Finnemann 2005: 103). Det kan også være en af faldgrupperne i forhold til en ny måde at anvende tid på for de unge, netop fordi det skrevne ikke ændrer sig i mediets lagring, og konflikten ikke har samme mulighed for at forandre sig eller udvikle sig, som hvis den blev taget op på ny i en ansigt-til-ansigt dialog. Dette kan også være et aspekt, som kan forklare, hvorfor eleven foretrækker at løse konflikten i det fysiske rum ved samtale, og netop ikke over skriftkommunikationen i de virtuelle rum.

I ovenstående citat udtrykker eleven ydermere, at hun forholder sig kritisk til mediets affordances og tidsaspektet. Det kan man betragte ud fra Turkles begreb "real teknik". Ifølge Turkle er det vigtigt at anerkende teknologiens indflydelse og mulighederne heraf, men samtidigt ikke gøre sig selv til et offer af teknologien, men forholde sig kritisk til den måde, man bruger medierne på, og de problemer, der også kan opstå og være en konsekvens heraf. Eleven giver udtryk for, at hun er meget bevidst omkring Facebooks mulighed for at lagre tekstbeskeder og den sociale konsekvens, som at de involverede partere i diskussionen vil kunne finde beskederne frem igen og blive uvenner på ny. Eleven udtrykker, at det ønsker hun ikke skal være en mulighed, og fravælger derfor at anvende mediets affordance til at håndtere en diskussion.

Denne fravælgelse kan man anskue ud fra Schultz begreb "*damage control*". Begrebet dækker over forskellige taktikker, som de unge tager i brug for at skabe sig, ikke fuldt kontrol, da det næsen kan være umuligt på de sociale medier, men en form for kontrol, som de unge anvender forskellige taktikker til. Schultz argumenterer for, at "damage control" opstår, fordi muligheden for, at de unges privatliv bliver lagt op, uden de unge har nogen form for indflydelse, altid er til stede (Schultz 2011:133). De forskellige taktikker i brugen af "damage control" kan være at "slette" billeder, kommentarer eller tags igen, som er blevet offentliggjort enten ved man selv gør det eller beder andre om at gøre det. En anden taktik er, at den unge hurtigt kommenterer et billede eller en kommentar, som man synes er pinlig, og derved tager "luften" af ballonen af de følede kommentarer, der måtte komme.

Betrager man begrebet ud fra ovennævnte eksempel, kan man tale om, at eleven gør brug af "damage control", som udgør en slags censur af konflikten. Eleven vælger bevidst, og taktisk, ikke at skrive om konflikten online, og derved, allerede inden konflikten bliver realitet, kontrollerer og forhindrer en social konsekvens, der kunne opstå i samspillet med mediets affordances. En måde, som mange af de unge gør brug af, særligt inde på de sociale medier, hvor det er en aktiv udveksling af billeder, kommentarer og et stort socialt interaktivt samvær blandt de unge (Schultz 2011:132).

Et andet eksempel er en elev fra 6. klasse, som også italesætter dilemmaet med muligheden for gemte beskeder:

*R4: "Jeg ville nok, hvis jeg skulle skrive det, ville jeg nok gøre det over SnapChat, for så kan man ikke tage screen shot."*

*R1: "Jo man kan."*

*R4: "Men så kan man godt se om, man har taget screenshot."*

(Fokusgruppe 4, 22:05)

Også i dette udsagn kan man anskue den unges brug af affordances og en måde at skabe kontrol på ud fra begrebet "damage control". Eleven udtrykker, at han ønsker at vide om, der bliver taget et screenshot af det afsendte. Det kan man tolke som et udtryk for behov for kontrol, som eleven ønsker at have med konflikten i den online kommunikation. Han anvender bevidst mediet SnapChat til at skabe en kontrol i den online kommunikation, så han netop kan se, hvis der bliver taget et screenshot af hans billeder / tekst. På denne vis anvender han en "damage control" kontrol over, hvem der har gemt hvad, og hvor konflikten befinder sig i det online rum.

Ovenstående eksempler kan pege mod, at de unge i flere situationer er meget bevidste om, hvordan de anvender mediernes affordances, og de sociale konsekvenser, det kan føre med sig. Samtidigt kan det pege mod, at de bevidst tilegner sig nogle sociale taktikker online, som de udspiller i et forsøg på at imødekomme de sociale konsekvenser, de anser for potentielle i brugen af mediernes affordances. Man kan tolke det således, at de unge er meget bevidste om, hvilke implikationer mediernes affordances har i det sociale samvær online, og hvad de potentielt kan føre til af begrænsninger og muligheder i en social situation.

### **Konflikter flyder sammen online og offline**

Til trods for at eleverne udtrykker, at de foretrækker at tale om en diskussion (konflikt) og håndtering heraf i det fysiske rum, så kommer det til udtryk i flere af fokusgrupperne, at konflikter også kan have en tendens til at flyde sammen i de online - og offline rum. Et eksempel herpå kommer til udtryk i nedstående:

*R4: "(..) Jeg har fx hele ugen, har jeg været imellem to af mine venner. Og hvem der er mest fame.. på Instagram.. det var bare sådan lidt.. hvorfor skændes man om det?"*

*R3: "Ja."*

*I: "Det skændes de om?"*

*R3+4: "Ja (mumlen)."*

R3: "Hvem der har flest følgere og alt sådan noget, og hvem der er mest på de sociale medier og..."

I: "Tager de det med så ind, når de sås i øh i skolen, snakker de så også om det der eller inddrager jer det i det?"

R3: "De snakker ikke så meget.."

I: "Men hvor ved I det fra?"

R4: "De snakker om det i frikvarterene. Og så de snakker sådan hele tiden. De diskuterer sådan, og hvis man står i midten, så bliver det irriterende at høre på."

I: "Har I fulgt det altså både i frikvarterene og så også på.."

R4: "Ja jeg, jeg har været sammen med dem sådan ca. i hvert frikvarter."

R3 "De er meeega irriterende at høre på ."

I: "Okay så I har hørt dem i frikvarterene.. og har, og så har I fulgt dem på.. Har I set, oplevet diskussionen på Instagram eller?"

R3: "Nej."

R4: "Jo. Ømh min veninde hun skrev, de skulle anmelde hende, fordi hun ikke ville have hun var mere fame end hende."

I: "Og hvor så du det henne?"

R4: "Det, det sagde hun og så havde hun lagt et billede op på Instagram "

I: "Og har du så kigget på det? "

R4:" Mmm.. men hun har slettet det igen."

(Fokusgruppe 3, 20:29)

I flere af konflikterne bliver det gentagende eksemplificeret, hvordan de unge anvender mediernes affordances, og hvordan nogle konflikter bevæger sig frem og tilbage i de online - og offline rum, som gensidigt påvirker hinanden. Man kan diskutere, hvorvidt disse blot er udtryk for konflikter de unge imellem eller om de ydermere kan være udtryk for nogle sociale praksisser på et gruppedynamisk niveau, som de unge danner i samspil med mediernes affordances.

Ovenstående citat er en fortælling om to veninder, der er blevet uvenner over, hvem der er mest "fame" på det sociale medie Instagram. En af eleverne forklarer at være mest "fame" betyder, hvem der har flest følgere og hvem der er mest på de sociale medier. Selvom det er en konflikt, der er opstået på Instagram og som er relateret til mediet, har begge elever hørt om konflikten i skolen, når

de to piger snakker om det i frikvarteret. Man kan spore konfliktens rute ad forskellige offline og online veje, som den bevæger sig ind og ud af, og som er en gensidig påvirkning af hinanden.

En anden interessant betragtning i de konflikter, der flyder sammen i de online og offline rum, er, at flere af de unge udtrykker, at det er vigtigt for dem, at der er en sammenhæng mellem deres adfærd på de sociale medier og i den fysiske verden. En af eleverne udtrykker i nedstående citat, at fordi hendes familie også er på Facebook, er det vigtigt for hende, at det hun offentliggør stemmer overens med den fysiske verden. Hun udtrykker samtidigt, at af samme årsag kan hun også godt vælge med omhu, hvor hun ønsker at offentliggøre forskellige udsagn:

*R2: "Ja på Facebook er det nok sandt..for det meste er det."*

*R1: "Ja fordi jeg er venner med sådan nogle.. min moster og min mor og sådan nogle.. (griner) så ku jeg ikke finde på at skrive noget falsk."*

*I: "Okay."*

*R2: (mumlen) "Ja hvis jeg lavede en græde smiley og sådan noget, så ville de spørge om, hvad der var galt.." (mumlen)*

*R1: "Min mor ville sige sådan noget med Karoline, nu skal du slette eller et eller andet. Så ville jeg hellere sende det ud på Instagram. Alt alt muligt med sådan noget med pigeting, dem ville jeg lægge ud på Instagram."*

(Fokusgruppe 1, 17:33)

I ovenstående citat kan man endnu engang tolke det således, at eleverne gør brug af "real teknik". Det kommer til udtryk ved, de anvender mediernes affordances i forskellige kommunikations – og samværssituationer på de sociale medier, men samtidigt vurderer og overvejer de nøje, hvilke sociale konsekvenser brugen heraf også kan føre med sig. I ovenstående citat udtrykker pigerne, at de netop ikke ønsker offentliggøre grædende smileys, fordi det kan have den konsekvens, at deres familier spørger ind og derfor vil de lægge alt "sådan noget med pigeting" på Instagram i stedet.

## **Opsummering**

Man kan diskutere ud fra de unges udsagn i empirien, hvorvidt målgruppen i højere grad adskiller de virtuelle og fysiske rum, end flere teoretikere inden for feltet af medier og unge antager (Jf.t teorirammen). Kaster man et blik på empirien, danner der sig et tydeligt billede af, at de unge i særligt komplekse og alvorlige situationer foretrækker det fysiske rum og ønsker at tale om en

konflikt ansigt-til-ansigt udenom medierne. En af de unge italesætter eksplicit, at man snakker ikke: ”(...) *sådan om mobning inde på Facebook*”. Det tyder altså på, at de unge i empirien i flere situationer tager et helt bevidst til – og fravalg af det offline og online rum, og de netop skaber en adskillelse imellem disse - modsat de flere antagelser heraf. En af årsagerne kan findes i empirien og betragtes ud fra begrebet ”real teknik”. Der er flere eksempler på, at de unge udtrykker stor bevidsthed om mediernes affordances og hvad brugen heraf kan have af sociale konsekvenser for dem i de enkelte situationer. Denne vurdering som de unge gør sig, og at de forholder sig til konsekvenserne, viser sig at have stor betydning for, hvorvidt de vælger eller fravælger et af rummene til at interagere i.

I flere af konflikterne bliver det gentagende eksemplificeret, hvordan de unge i et samspil med mediernes affordances danner nogle sociale praksisser på et gruppedynamisk niveau.

Man kan tolke det således, at de unge er meget bevidste om, hvilke implikationer mediernes affordances har i det sociale samvær online, og hvad de potentielt set kan føre til af både begrænsninger og muligheder i en social situation.

## **Diskussion af de to analyser**

Ud fra de to analysers fund vil jeg stille mig kritisk og reflekterende overfor nogle af de diskussioner, som den empiriske analyse ikke gav et entydigt og klart svar på, men som er relevante at diskutere og klarlægge i henhold til specialets problemformulering.

Diskussionerne vil synliggøres i det følgende afsnit og bidrage til at komme nærmere et svar på, *hvordan medierne indgår i de unges relationer og interaktion, når de kommunikerer om følelser, og hvilke implikationer det har.*

Den første diskussion i det følgende afsnit vil spore sig ind på, hvilken effekt brugen af emoticons har i de unges interaktion og relationer. I tråd hermed vil jeg berøre, hvorvidt medierne er tilstrækkelige til at kommunikere om følelser.

Dernæst vil jeg diskutere, hvorvidt man kan betragte de unges kommunikation af følelser og konflikter online som strategiske forhandlinger om deres sociale status og position.

Og endeligt vil jeg, ud fra en kort sammenligning af de to analysedele, diskutere, hvilke årsager der kan være til, at unge foretrækker henholdsvis det offline og online rum til at behandle et givent emne.

### **Emoticons effekt i unges relationer og interaktion**

Til diskussionen om emoticons effekt i de unges relationer og interaktion knytter sig flere interessante spørgsmål. Flere forskere mener nemlig, at det er fraværet af de nonverbale signaler i den medierede kommunikation, som gør, at de unge ikke kan kommunikere emotionelt og have nære relationer online (Turkle 2011; Benson 2009). Man kan dog anskue ud fra analyse 1, at de unge i stedet gør brug af emoticons, som netop udgør en stor del af de nonverbale signaler i deres online kommunikation. Analysens fund peger mod, at de unge i høj grad skaber nogle fælles koder og forståelser heraf i brugen af emoticons, som de anvender til at understøtte et budskab eller som de i nogle tilfælde lader stå alene, og udgøre et budskab i sig selv. En interessant betragtning heraf er, at hvis denne kommunikation skal kunne lykkes og være en mulighed, kan man argumentere for, at de unge må danne disse koder og fælles forståelser på baggrund af nogle stærke bekendtskaber til hinanden og muligvis nogle følelsesmæssige bånd de unge imellem. Det ville være vanskeligt at gøre ud fra overfladiske bekendtskaber.

Anskuer man de unges relationer online ud fra ovenstående perspektiv, kan man argumentere for, at medierne i høj grad bidrager til at skabe nære forhold i de virtuelle rum, da det kræver, at eleverne

kender hinanden særlig godt for at den online kommunikation og deres forståelse af de forskellige koder, lykkedes.

Det argument kan man holde op imod Turkle (2011), som argumenterer modsatrettet og anser medierne som fremmedgørende og distancerende i de unges relationer. Hun mener, at fraværet af de nonverbale signaler bidrager til, at de unge ”performer” på de sociale medier, og ikke udtrykker en autentisk adfærd, som når de befinder sig i de fysiske rammer. Denne ”ikke-autentiske” adfærd klandrer hun medierne for at medvirke til, og at de er med til at fjerne de ægte og intime relationer de unge imellem. Anskuer man det perspektiv ud fra analysen og ovenstående argument, peger den antagelse dog i modsat retning. Analysens fund kan netop pege mod, at medierne medvirker til at skabe nogle stærke og intime relationer og bånd mellem de unge.

### **Er medierne tilstrækkelige til at kommunikere om følelser?**

En interessant diskussion der synliggøres ud fra analysens første del ”unges følelser online” er, hvorvidt de unge anser medierne for at være velegnet til at kommunikere dybe følelser online. Finder eleverne medierne tilstrækkelige og hjælpsomme, når de ønsker at give udtryk for, hvordan de har det, eller er den medierede kommunikation, groft sagt, elimineret til formålet?

Man kan argumentere for, at hvis de unge på ingen vis finder medierne tilstrækkelige eller hjælpsomme til at udtrykke deres følelser online, ville de sandsynligvis ikke gøre brug heraf. I analyse 2 giver de unge udtryk for, at de i høj grad er bevidste om mediernes brug og hvilke sociale konsekvenser eller muligheder brugen kan medføre. De udtrykker et bevidst til- og fravalg af medierne ud fra et ”real teknik”, og lader sig ikke være ofre af teknologien, men benytter mediernes affordances i de sociale situationer, de finder dem brugbare. På samme vis kan man argumentere for, at de også vil fravælge at udtrykke sig online, hvis ikke eleverne i de fleste tilfælde, finder medierne velegnede og tilstrækkelige i deres kommunikation af følelser og emotionel udveksling.

På den anden side kan man stille spørgsmål ved, hvor bevidste de er om forskellen på at udtrykke følelser online og offline. Flere forskellige teoretikere peger på, at følelser online i højere grad er mere bevidste og frivillige end følelser offline, der ikke på samme vis altid er reflekteret og overvejet (Derks, Bos og Grumkbow 2004; Svensson 2014) Det kan medføre, at de unge i større grad skaber en kontrolleret følelseskommunikation online end, hvad de gør offline.



En af konsekvenserne heraf kunne være, netop fordi online og offline flyder sammen for mange unge, at den kontrollerede kommunikation af de unges følelser i et ukendt omfang, overflyttes til ansigt-til-ansigt kommunikationen i det offline rum. Det vil måske ikke være en bevidst adfærd, men fordi unge i så høj grad interagerer og vedligeholder deres relationer online, vil måden, hvorpå de unge reflektivt og kontrolleret kommunikerer deres følelser i de virtuelle rum, kunne blive en ny måde eller vane for de unge, som med tiden flyder sammen med det offline rum. Man kan dertil spørge, hvad det vil betyde for de unges offline relationer, hvis de i højere grad baseres på følelsesmæssig kommunikation, der er kontrolleret og ikke umiddelbar og spontan? Det kunne muligvis føre til distancerede relationer, hvor den fysiske interaktion kunne minde mere og mere om robot interaktion. Det kan være vanskeligt at svare på. Men i hvert fald kan det være en potentiel konsekvens, man kan pege på i samspillet mellem de unges kontrollerede følelser online, og de to rums gensidige påvirkning af hinanden.

### **Følelser og konflikter som social kapital**

Ovenstående forhold berører også Svensson (2014), der argumenterer for, at de unge i den digitale kommunikationskultur i højere grad kontrollerer deres følelser, fordi de bevidst videreformidler dem online, og derved ikke behandler dem ukontrolleret.

Ifølge Svensson betragter han de refleksive følelser online som et led i de unges identitetsarbejde. De unge videreformidler følelser ud fra et ideal, og iscenesætter sig selv som individ gennem en ”refleksiv følelsesudstilling” på de sociale medier. Ifølge Svensson videreformidler eller udstiller de unge altså deres følelser online til at iscenesætte sig overfor deres netværk på eksempelvis Facebook (Svenson 2014:22).

Ydermere betragter han de kontrollerede følelser som en form for social kapital, der indgår som kapital til at forhandle om status og genkendelse. Når de unge formidler følelser online, anvender de samtidigt formidlingen af deres følelser online til at forhandle om at få flest likes, delinger og kommentarer mv., som medvirker til understøtte deres position og status. Ifølge Svenson udgør de bevidste følelser online, på denne vis, forhandlinger om popularitet og gruppetilhørsforhold hos de unge (Svenson 2014:23).

Denne betragtning, kan man netop argumentere for, kommer til syne i analysedel 2. Analysen peger på, at de unge ikke blot kommunikerer og giver udtryk for konflikterne de unge imellem, men at de unge samtidigt anvender mediernes affordances til at danne nogle sociale praksisser på et gruppedynamisk niveau, som kan sammenlignes med Svenssons anskuelser heraf. Eksempelvis

konflikten fra analysedel 2, der foregår mellem de to piger, der diskuterer online, hvem der er mest "fame" på Instagram. De konkurrerer om flest "likes" og truer med at "anmelde hinanden", "slette billeder" og "uploade billeder". Sidestiller man denne online adfærd med Svenssons betragtninger, kan man anse pigernes adfærd i deres konflikt, som en strategi til at hævde sig selv socialt og forhandle om hver især deres sociale position og status.

Man kan ud fra de to analysedele, argumentere for, at de unge, i et samspil med mediernes affordances og deres kommunikation om følelser og konflikter online, danner nogle sociale praksisser som foregår på et gruppedynamisk niveau. Praksisser som man ikke ser ved første øjekast, men som muligvis, særligt for digitale immigranter, kan betragtes som et tilforladeligt udtryk for konflikter, der optrappes online, men som samtidigt er udtryk for nogle sociale forhandlinger og måder, hvorpå de unge positionerer sig selv online.

### **Sammenligning af de to analyser**

Holder man de to analyser op imod hinanden, lægger det an til diskussion af, hvordan de online og offline rum indgår i forskellige kommunikationssituationer.

I analyse 1 peger det mod, at de unge gerne anvender medierne til at videreformidle deres følelser. De udtrykker deres følelser via de sociale medier og opdaterer deres Facebook status om humør og sindstilstand. De inddrager et tillægssprog i form af emoticons, der skal understøtte og hjælpe kommunikationen af følelser på vej til at lykkes i endnu højere grad. Derimod viser det sig omvendt, når de kommunikerer om konflikter og komplekse emner. Hertil udtrykker de unge, at de i langt højere grad, bevidst fravælger de virtuelle rum til at kommunikere om netop disse emner. Hvordan kan denne forskel anskues?

Analyse 2 peger på, at de unge er meget bevidste om mediernes affordances og at de i flere tilfælde vurderer, hvorvidt de online eller offline rum egner sig til at indgå i interaktion om et givent emne. Det kan tyde på, at de unge i højere grad ser en faldgruppe af sociale konsekvenser, når de kommunikere om konflikter online end, når de kommunikere følelser online.

### **Opsummering**

Man kan argumentere for, at emoticons bidrager til en positiv effekt for de unge, når de kommunikerer om følelser i om med, at de udgør en stor del af de nonverbale signaler, og bidrager til at understøtte et budskab til i højere grad at lykkes. Dertil kan det argumenteres for, at medierne medvirker til, i kraft af brugen af emoticons og de fælles forståelser heraf, at skabe nære

og intime forhold de unge imellem modsat Turkles anskuelse, der ser medierne som fremmedgørende og distancerende i de unges relationer.

Ud fra begrebet "real teknik" kan man anskue, at de unge betragter medierne som tilstrækkelige og hjælpsomme til at formidle deres følelser online, da de ellers ville afskrive dem. Og at emoticons bidrager til at gøre kommunikationen af følelser. De unge er meget bevidste om teknologiens brug, og tager bestemte til – og fravalg ud fra de givne kommunikationssituationer, de befinder sig i.

I diskussionen omkring, hvorvidt man kan anskue konflikter og følelser som sociale forhandlinger peger flere eksempler mod i empirien (kun et er inddraget i diskussionen) at måden, de unge anvender mediernes affordances i en konflikt, eller når de skal udtrykke følelser, samtidigt udgør en måde at forhandle om deres popularitet og gruppetilhørsforhold online.

Endeligt kan det betragtes, at de unge anser det at kommunikere følelser online for knap så intimt og privat, da de online følelser i højere grad er bevidste og kontrollerede end offline.

## Konklusion

Jeg ønsker i det følgende konklusionsafsnit at opsummere de to analysers væsentligste fund samt den selvstændige diskussion heraf, for derved at kunne svare på specialets problemformulering, der lyder som følgende:

***Hvordan indgår de offline og online rum i de digitale indfødtes sociale interaktion og relationer, når de skal kommunikere om konflikter og følelser i klassen, og hvilke implikationer har de?***

I analyse 1, der undersøger unges følelser online, synliggøres det, at de unge gerne vil kommunikere om følelser i de virtuelle rum og anvender et bredt spektrum af forskellige medier hertil. De udtrykker deres humør, når de er glade, triste, sure mv. ved at lave statusopdateringer på Facebook, snapper billeder over mediet Snapchat eller skriver sammen med deres venner via sms-udveksling. De lader ikke til i nogen større grad at have indvendinger mod at kommunikere via medierne, hvordan de har det og give udtryk for deres følelser.

De unge påpeger i deres kommunikation af følelser online, at de i høj grad anvender emoticons, som et centralt element i deres udtryk af deres følelser. Emoticons udgør for de unge en stor del af de nonverbale signaler fra ansigt-til-ansigt kommunikationen og understøtter det afsendte budskab. De unge bliver tilmed forvirrede i interaktionen, hvis symbolerne *ikke* indgår. De unge trækker altså i høj grad på nogle elementer fra det offline rum for i højere grad at få kommunikationen til at lykkes i det online rum.

Dertil kan man argumentere for, at de også trækker på nogle offline relationer i deres brug af emoticons, der består af nogle stærke bekendtskaber og muligvis følelsesmæssige bånd for at kunne afkode symbolerne og få kommunikationen til at lykkes i så høj grad, som de gør. Dette argument kan understøtte, at medierne bidrager til at forstærke de unges relationer, hvilket er modsatrettet i forhold til Turkle, der anskuer medierne for at være fremmedgørende i de unges relationer (2011).

I analyse 2 kommer det kontrastfyldt til syne, at de unge *ikke* foretrækker at anvende de online rum, når de skal håndtere og kommunikere om konflikter. De unge italesætter, at de ønsker at håndtere konflikter offline enten i klassen og i fællesskab med deres klasselærer – særligt hvis konflikten er af alvorlig karakter. De unge giver særligt i analyse 2 udtryk for, at de bevidst fravælger det offline rum i de givne situationer, da brugen heraf kan føre til sociale konsekvenser på et senere tidspunkt.

Trods de to modsatrettede tendenser, synliggøres det ud fra begge analyser, at de unge i nogle tilfælde også kommunikerer om følelser og konflikter, der ikke holdes principielt til enten det online eller offline rum, men derimod flyder sammen. Flere teoretikere af feltet antager, at offline og online i alle situationer flyder sammen hos de unge (Larsen 2009; Schultz 2011, Tække 2010). Det vil analysen dog ikke, trods de enkelte tilfælde, give dem medhold i. Derimod kommer det gentagende til udtryk, at de unge er meget bevidste om deres brug af medierne, og hvad det kan have af sociale konsekvenser. De unge tager nogle helt bevidste til – og fravalg af de online og offline rum ud fra en vurdering af teknologien, og skaber netop en adskillelse mellem det online og offline, hvis ikke de finder medierne brugbare eller tilstrækkelige i situationen.

I de unges kommunikation af både konflikter og følelser online synliggøres det ydermere, at de unge bruger, særligt kommunikationen af de refleksive følelser, til at indgå i forhandlinger om deres sociale status og position. Man kan betragte det som en ny måde at skabe gruppetilhørsforhold på, som opstår i samspillet mellem de unge og medierne.

Set ud fra affordances-begrebet, kan man konkludere, at de unge anvender de online rum, når de finder dem gavnlige og bruger de muligheder, som medierne samtidigt lægger op til. Dette argument strider imod Schultz' overvejende teknologiske perspektiv, at de unge lader teknologien være et vilkår, som gør sig gyldig i alle situationer, også når de kommunikerer om følsomme og komplekse emner (2011). Ud fra analyserne fund og diskussionen heraf, vil jeg konkludere modsatrettede, og argumentere for, at de unge ikke lader sig være ofre af teknologien, men forholder sig kritiske hertil. Jeg vil afsluttende og konkluderende sige: De unge kender de online rums muligheder, men i høj grad også deres *begrænsninger*.

## Litteraturliste

### Litterære værker

- **Atkinson, Paul and Coffey, Amanda** (1996): "*Making Sense of Qualitative Data – Complementary Research Strategies*", Sage Publications, London
- **Baym, K. Nancy** (2010): "*Personal connections in the digital age. Digital media and society series*", Polity Press, Cambridge, UK.
- **Benson, E. Jenny** (2009) "*Saving Face: The offline implications of Behaviour on Facebook*", Dalhousie University, Halifax Nova
- **Bjerg, Ole & Villadsen, Kaspar** (2006): "*Sociologiske metoder – fra teori til analyse i kvantitative og kvalitative studier*" Forlaget Samfundslitteratur (s. 131- 151)
- **Dronter, Kirsten** (1995): "*At skabe sig – selv. Ungdom, æstetik, pædagogik*" 2. udgave. Nordisk Forlag A/S Copenhagen
- **Drotner, Kirsten** (2011): "*Mediehistorier*" 1. udgave, Samfundslitteratur
- **Esmark, Anders, Laustsen, Carsten Bagge & Andersen, Niels Åkerstrøm** (2005): "*Socialkonstruktivistiske analysestrategier – en introduktion*", 1. udgave
- **Finneman, Niels Ole** (2005): "*Internettet i mediehistorisk perspektiv*", 1. udgave, Samfundslitteratur
- **Gibson, Jennifer, E.** (2012): "*Interviews and Focus Groups With Children: Methods That Match Children's Developing Competencies*", Journal of Family Theory and Review, Xavier University
- **Gibson, J. James** (1979): "*The Ecological Approach to Visual Perception*", Cornell University.
- **Goffman, Erving** (1956) "*The presentation of self in everyday life*" University of Edinburgh, Social Sciences Research Centre (s. 66-87)
- **Hald, Mette** (2009): "*Præsentation og formidling*", 1. udgave. Forlaget Academica.
- **Halkier, Bente** (2003): "*Fokusgrupper*" 1. udgave, 2. oplag. Forlaget Samfundslitteratur
- **Halkier, Bente** (2008): "*Fokusgrupper*" 2. udgave. Forlaget Samfundslitteratur.
- **Hutchby, Ian** (2001): "*Technologies, Texts and Affordances*" i Sociology, årgang 35, nr. 2, s. 441-456

- **Johansen, Stine Liv** (2014): *"Børns liv og leg med digitale medier"*, Dafolo Forlag
- **Itu, Mizuko** (2004): *"Mobile phones, Japanese youth, and the re-placement of social contact"*, i antologien Ling, Rich and Pedersen, Per E. *Mobile Communications - Renegotiation of the social sphere*, Springer, London
- **Kvale, Steinar** (1997): *"Interview – en introduktion til det kvalitative forskningsinterview"*, Hans Reitzels forlag, København
- **Larsen, Malene Charlotte** (2009): *"Sociale netværkssider og digital ungdomskultur"*, Mediekultur, Vol. 25, No. 47
- **Larsen, Malene Charlotte** (2013): *"Medier er adgangsbillet til sociale fællesskaber"*, i Tidsskrift for læreruddannelse og skole, *"Digital barndom"*, 33. årgang
- **Ling, Richard** (2004): *"The Mobile Connection – The Cell Phones Impact on Society"*, Morgan Kaufmann Publishers – an imprint of Elsevier,
- **Meyrowitz, Joshua** (1994): *"Medium Theory"* in David Crowley & David Mitchell's: *Communication Theory Today*, Standford University Press., s. 51-77
- **Nielsson, Arne** (2007): *"Din teenager skal coaches, ikke opdrages"* 1. Udgave, Forlag People's Press
- **Nyboe, Lotte** (2009): *Digital dannelse"*, 1. Udgave, 1. Oplag, Frydenlund
- **Prensky, Marc** (2001): *"Digital natives, digital immigrants"*, On the Horizon (MCB University Press, Vol. 9 No. 5
- **Qvortrup, Lars** (2006): *"Understanding new digital media"* in *European Journal of Communication*, Sage Publications, Vol. 21(3), s. 345–356
- **Schultz, Søren** (2011): *"Årgang 2012 – socialliv og samvær i en tid med nye medier"*, 1. Udgave, 2. Oplag, Informations Forlag
- **Stald, Gitte** (2008): *"Mobile Identity: Youth, Identity, and Mobile Communication Media"*, Buckingham, David, The John D. and MacArthur, Catherine T. in *"Youth, Identity, and Digital Media"*
- **Staunæs, Dorthe & Søndergaard, Dorthe Marie** (2005): *"Interview i en tangotid. Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv: interview, observationer og dokumenter"*, 1. udgave, Hans Reitzels Forlag. København
- **Svensson, Jacob** (2014) *"Power, Identity, and Feelings in Digital Late Modernity: The Rationality of Reflexive Emotion Displays Online"*, Brenskri, Tova and Fisher, Eran in *"Internet and Emotions"*, Taylor & Francis, s. 17-33

- **Turkle, Sherry** (2011): "*Alone together – why we expect more from technology and less from each other*", Basic Books
- **Turner, Jonathan H.** (2004): "*Ansigt til ansigt – mod en sociologisk teori om interpersonel adfærd*", 1. udgave, 1. oplag, oversat af Inger Wolf, Systime Academic,
- **Wenneberg, Søren Barlebo** (2000): "*Socialkonstruktivisme – positioner, problemer og perspektiver*", 1. udgave, Samfundslitteratur

## Artikler

- **Artikel 1:** Kailow, Henrik (2014): "*Nu kommer de ægte digitale indfødte*", Kailow  
[http://www.kailow.dk/generation\\_z/](http://www.kailow.dk/generation_z/)
- **Artikel 2:** Colding, Anders Jørgensen (15.04 2014): "*De digitale indfødte findes ikke*",  
<http://virkeligheden.dk/2014/de-digitale-indfodte-findes-ikke/>
- **Artikel 3:** Hoffmann, Thomas (05.09 2013): "*Hvad i alverden kan man bruge kvalitativ forskning til?*", Videnskab  
<http://videnskab.dk/kultur-samfund/hvad-i-alverden-kan-man-bruge-kvalitativ-forskning-til>
- **Artikel 4:** Hutchby, Ian (2001): "*Technologies, Texts and Affordances*" i *Sociology*, årgang 35, nr. 2, s. 441-456
- **Artikel 5:** Albrektsen, Thomas (12.12 2014): "*Til skue døgnnet rundt: Sociale medier ophæver de unges helle*", Infomedia  
<http://woview.infomedia.dk.zorac.aub.aau.dk/?url=http://www.b.dk/nationalt/til-skue-doenet-rundt-sociale-medier-ophaever-de-unges-helle&OpointData=d8cef83cb0b004f639967d81e2381218JmlkX3NpdGU9MTIxJmlkX2FydGljbGU9NTczNzgwJmlkX3VzZXI9Mjg0MCZpZF9hcHBsaWNhdGlvbjo0xMDAwMzU5Jmxhbmc9ZW4=>
- **Artikel 6:** Sørensen, Niels Ulrik (april 2006): "*En legeplads, cyberspace og andre rum*"  
Center for Ungdomsforskning  
[http://www.cefu.dk/media/32725/ungdomsforskning01\\_07.pdf](http://www.cefu.dk/media/32725/ungdomsforskning01_07.pdf)
- **Artikel 7:** Tække, Jesper (2010): "Facebook – et netværk i Fællesskabet" i *Mediekultur*, 49, s. 123-136  
<http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/2579>
- **Artikel 8:** Daft og Lengel (may 1986): "*Organizational information requirements, media richness and structural design*" in *Management science*, Vol. 32. No. 5, USA  
<http://home.business.utah.edu/actme/7410/Daft%20and%20Lengel.pdf>



- **Artikel 9:** Derks D. et. al. (2007): ”*Emoticons and social interaction on the Internet: the importance of social context*” in *Computers in Human Behavior* 23, 842–849  
<http://lms.ctl.cyut.edu.tw/sysdata/55/12655/doc/ce01ad2a2b41b12f/attach/358489.pdf>
- **Artikel 10:** Lo, Shao-Kang (2008): ”*The Nonverbal Communication Functions of Emoticons in Computer-Mediated Communication*” in *Cyberpsychology & behavior*, Volume 11, Number 5, Mary Ann Liebert, Inc.  
<http://web.b.ebscohost.com.zorac.aub.aau.dk/ehost/pdfviewer/pdfviewer?sid=94bc2058-81f5-47aa-8595-866efc3c9569%40sessionmgr115&vid=1&hid=109>

## Undersøgelser og rapporter

- **Medietrådet** (2010)  
<http://digitaleunge.dk/2013/07/11/unges-brug-af-sociale-medier/#more-103> Medietrådet 2010
- **Helles, Rasmus** (2009): Ph.d. afhandling ”Personlige medier i hverdagslivet”, Det humanistiske fakultet Københavns Universitet,  
[http://nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/files/189565/AfhandlingRasmusHelles2009\\_1\\_.p](http://nordicom.statsbiblioteket.dk/ncom/files/189565/AfhandlingRasmusHelles2009_1_.p)
- **Kampmann, Jan** (1998) ”*Børneperspektiv og børn som informanter*. Arbejdsnotat 1. DK: Børneråddet
- **Kampmann, Jan, Knudsen, Rikke Kamstrup & Lindberg, Stine** (2009): ”Erfaringer med børneinterview i forskningssammenhæng”, 5. delrapport, Center i Barndoms – og Ungdomsforskning, Roskilde Universitetscenter,  
[http://www.friformobberi.dk/fl/files/ruc\\_delrapporter/5.delrapport-fri\\_for\\_mobberi.pdf](http://www.friformobberi.dk/fl/files/ruc_delrapporter/5.delrapport-fri_for_mobberi.pdf)
- **Stald, Gitte & Madsen, Christan Østergaard** (2005): ”*Mobile medier – mobile unge*”, Formidlingsrapport, Film & Medievidenskab, Københavns Universitet  
<http://www.itu.dk/people/yewer/MoMU/MoMU%20FORMIDLINGSRAPPORT%20februar%202005.pdf>

## Bilag 1: Interviewguide

### Præsentation af mig

- Marie, Idas veninde fra Esbjerg, siden 7. klasse, gymnastik
- Uddannelse i kommunikation på universitetet – skal skrive en stor opgave, et "speciale"
- Været inde hos Børns Vilkår som praktikant
- Kender I BørneTelefonen?

### Introduktion

- Har introduceret mig
- Sige jeres navn og alder
- Præsentere, hvad det skal gå ud på. I skal bare svare så godt I kan – ingen rigtige eller forkerte svar
- Fokusgrupper: Interview – men hvor man meget gerne må snakke/diskutere med hinanden, sige man er uenig/enig – vi får en snak sammen alle sammen.

### Øvelse – 3 min

- For lige at starte: tegne på plakaten, det I tænker og det I gerne vil
- I må gerne tale sammen om det
- *Hvad har I tegnet og hvad synes I om at tegne på plakaten?*

### Spørgsmål

#### TALE UD FRA PLAKATERNE

1. Hvilken plakat stjal mest jeres opmærksom og hvorfor (sjov, kedelig...?)
2. Kan I uddybe ift. forskelle og ligheder mellem de to plakater - hvilke?
3. Hvor mange gange har I kigget/tegnet på plakaterne?
4. Har I snakket sammen om plakaterne med hinanden? Hvad snakkede i om?

#### EMOTICONS

1. Har I tegnet på plakaten?
2. Hvorfor ikke?
3. Hvorfor og hvad har I tegnet af smileys på plakaten?
4. Tegningerne/smileys I lavede – var det, hvordan I virkelig havde det eller var det mest for sjov?

5. Opfølgende: Hvornår tegnede du på plakaten? Gik du til og fra flere gange?
6. Er der andre tidspunkter i laver smileys? Evt. i sms'er og på Facebook?  
Hvad bruger I smileys til?  
Hvorfor ikke?
7. Hvordan synes I, det er at tegne på en plakat ift. Facebook?
8. Lavede i smileys sammen eller alene, da i tegnede på plakaten?  
+
9. Snakkede I sammen om det?

#### FØLELSER OG KONFLIKTER

10. Er man altid ærlig, når man laver en smiley på Facebook?
11. Kan I huske tilbage på en episode hvor I har været kede af det eller sure på nogen, hvordan snakkede I om det?
12. Lettere at tale sammen på chatten? Både i klassen og på chatten?

## **Bilag 2: Børns Vilkårs plakater**