





Hate speech

Ansigt til ansigt-kommunikation

Medieret kommunikation

Fællesviden

Emojis

Talehandlinger

Kapitel 2.2

ANSIGTSLØS KOMMUNIKATION

DM I HATE SPEECH

Den tidligere politiker Özlem Cekic er i Tivoli, da hun får en sms fra sin nevø. Nevøen er oprevet, fordi han har modtaget en grænseoverskridende besked om Cekic. Beskeden er også sendt til andre i Özlem Cekics familie og til 200 af hendes følgere på Facebook. Da radioprogrammet *Shitstorm på P1* holder DM i hadbeskeder under Folkemødet i juni 2018, forsøger Özlem Cekic at læse beskeden op: ”Jeg ved da godt, hvad Özlem står op for 15 minutter før søndag morgen...” Herefter går hun i stå, tårerne triller, og radiovært Mads Aagaard må læse resten af den hårde besked op.

De voldsomme hadbeskeder, Özlem Cekic har taget med til konkurrencen, bringer hende i finalen sammen med politiker Pernille Rosenkrantz-Theil, der har læst dødstrusler op. De to kvinder har slået de øvrige seks deltagere af banen i DM i hadbeskeder – alle kendte politikere eller debattører, der jævnligt modtager hadefulde beskeder fra både navngivne og anonyme personer, de ikke kender. Özlem Cekic vinder konkurrencen, da hun i finalen læser denne hadbesked: ”Når muslimer avler som rotter, bør de også udslettes som rotter.”

Sms'er og sociale medier er effektive redskaber til at harcelere over dette og hint og til at sende grove beskeder af sted til en person, man ikke kan se i øjnene. Med eksplosionen af smartphones og sociale medier er **hate speech** og den hårde tone på nettet blevet et tilbagevendende tema i den offentlige debat. Vejen fra vrede til ytring bliver kortere, når kommunikationen foregår via skærme, og afsender og modtager ikke er i samme rum ansigt til ansigt (Mehlsen & Hendricks 2018).

Shitstorm på P1 vil med konkurrencen understrege, at alle i den offentlige debat kan risikere at stå model til en hård tone med vrede kommentarer og hårde beskeder på mobilen. For at afmontere den hårde tone vil programmets værter få publikum til at grine ad de hadefulde beskeder og dermed se tåbeligheden i hadet på nettet – i stedet for at følge med hadet. Med programmet kommer der også fokus på modtagerne; at det er mennesker med følelser, der modtager de

hadefulde beskeder. Som Özlem Cekic pointerer: ”Mange glemmer, at der også er et menneske på den anden side.”

Det er ikke kun politikere og debattører, der modtager hadefulde beskeder. Det skete fx også for den danske landsholdsangriber Nicolai Jørgensen, da han brændte et straffespark i Danmarks kamp mod Kroatien under VM i fodbold 2018. Danmark røg ud af VM, og det satte gang i grove tilsvininger af Nicolai Jørgensen på nettet. ”Død over Jørgensen! Føj!!!”, ”Fuck dig, homo”, ”Du ødelagde alt for Danmark, dit svin”, ”Fuck du er lort, dit fede svin jeg smadrer dit hjem, din so”, var nogle af de hadefulde ytringer, der dukkede op forskellige steder på nettet, blandt andet på fodboldspillerens Instagram-profil og på bold.dk. Det viste sig senere, at nogle af kommentarerne kom fra helt unge mennesker, herunder en 12-årig dreng (Dalgaard 2018).

Et eksempel på, at hadefulde digitale beskeder også rammer børn, illustrerer videoen *Vil du læse teksten op?*, hvor forskellige personer læser autentiske mobbebeskeder op. Beskederne er indsamlet af de to forskere Helle Rabøl Hansen og Jette Kofoed og kommer fra sms'er og sociale medier. Et sted i Danmark har der fx siddet et barn og modtaget denne besked: ”Spring ud foran et tog. Vi gider dig ikke mere. Du er DUM, og dit ansigt ligner en røv. Du er en fucking fed autist. Dø.”

Det er børn, unge som ældre, der kan finde på at ytre hadefulde beskeder – formentlig uden viden om, at de begår en kriminel handling. Straffelovens § 266 eksempelvis taler et utvetydigt sprog:

”Den, som på en måde, der er egnet til hos nogen at fremkalde alvorlig frygt for eget eller andres liv, helbred eller velfærd, truer med at foretage en strafbar handling, straffes med bøde eller fængsel indtil 2 år.”

Hertil kommer straffelovens § 266 b, der omfatter ”den, der ved udspredelse af falske rygter eller beskyldninger forfølger eller ophidser til had mod en gruppe af den danske befolkning på grund af dens tro, afstamning eller statsborgerforhold”. Senere er tilføjelser kommet til, således at loven nu også omfatter udenlandske statsborgere, seksuel orientering og skærpene omstændigheder for propaganda (Mehlsen & Hendricks 2018).

Med internettet ved hånden kan vejen fra vrede til ytring være minimal. Generelt har vi færre hæmninger på internettet, og vi har sværere ved at bremse os selv. Den amerikanske psykologiprofessor John Suler kalder dette for ”The Online Disinhibition Effect” og peger på en række faktorer, der fremmer vreden online, herunder anonymitet, usynlighed og asynkronitet (Suler 2004).

VI MANGLER FÆLLESVIDEN

En stadig større del af vores interaktion med andre mennesker fore-

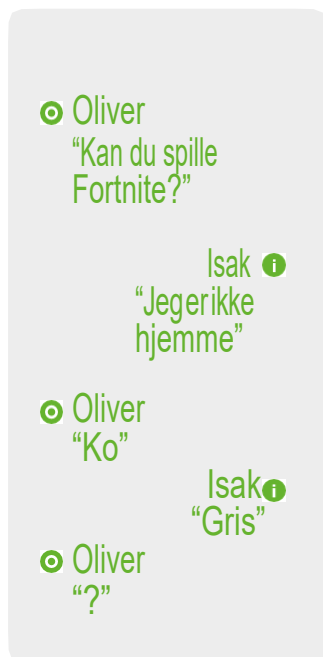


Figur 2.8
MÅÅÅÅL ... ÅHHHH!
Fodboldspilleren Nicolai Jørgensen modtog hadefulde beskeder, efter han brændte et straffespark under VM 2018.



Figur 2.9
Vil du læse teksten op?
En video fra Center for Rummelighed viser, hvor voldsomt nogle børn og unge skriver til hinanden.

Figur 2.10
Ok eller ko



går i sociale netværk som Facebook, Snapchat, Messenger og Instagram, hvor vi er forbundne med fx venner, familie, bekendte, skolekammerater og kolleger. Vi har også nem kontakt med mennesker, vi ikke kender.

Et nyt vilkår, vi alle skal lære at forholde os til, er derfor, at en stigende del af vores kommunikation er **ansigtsløs kommunikation**. Når vi kommunikerer ansigt til ansigt, bliver sociale informationer båret af både verbale og visuelle koder i en specifik situation. Det kan være øjenkontakt, tonefald og gestik. Der er altid mere mening end blot de ord, vi siger. Betydningen afhænger fx af måden, vi siger ordene på, og situationen. Om noget er sagt for sjov eller i alvor, kan vi typisk bedre afgøre offline end online, fordi vi kan afkode glimtet i øjet, det lille smil i mundvigen, varmen i tonefaldet, kropssproget, situationen og sammenhængen. Hvis de små tegn mangler, og vi derfor ikke kan afkode, fx hvilket humør afsenderen er i, eller hvor vedkommende befinder sig, så kan det være meget svært at finde ud af, om en besked er ment sødt eller spydigt.

Når vi kommunikerer bag computerskærmen eller med mobiltelefonen i hånden, dvs. **medieret kommunikation**, mangler vi et ansigt og dermed også de verbale og visuelle koder.

Når vi taler sammen, diskuterer eller forsøger at lære af hinanden, bruger vi kræfter på at forsikre hinanden om, hvad vi fælles kan lægge til grund for samtalen, og hvad vi er enige eller uenige i. Den afklaring er vigtig for, at samtalen forløber godt, og at diskussionen er meningsfuld. Det fælles grundlag kaldes for **fællesviden** og betyder, at jeg ved, at du ved, og du ved, at jeg ved, at ...

Normalt er det ingen sag for mennesker at koordinere deres handlinger, når de har øjenkontakt eller står tæt ved siden af hinanden. Sværere er det i trafikken, hvor folk gemmer sig bag hjelme og tykke ruder. Her er ingen umiddelbar kropslig koordinering mulig, og der er derfor brug for faste regler. Det er nemmere at koordinere handlinger og etablere fællesviden, når vi har øjenkontakt eller står tæt på hinanden. På nettet og sociale medier er der mindre fællesviden, og det kan være svært at forstå hensigten med et budskab, hvis vi ikke kender den kontekst, budskabet indgår i.

På nettet og på de sociale medier er flertallet af interaktioner mellem mennesker enten skrift- eller emoji-baseret, og det gør 'live' koordinering mere vanskeligt. Der er meget mindre fællesviden. Det er et problem, som er større, end man tror. Ironi, vittigheder, umiddelbare følelser, simultant kropssprog og spontane handlingsanvisninger har det svært på nettet, fordi de har brug for en større kontekst for at blive modtaget efter hensigten. Resultatet er, at de sociale medier fyldes med misforståelser, fornærmelser, fejltolkninger, fake news og en masse fejlkoordineringer.

VI ER DIGITALT NYFØDTE

Kommunikationskulturen har ændret sig radikalt fra det 20. til det 21. århundrede. Via de sociale medier er vi indbyrdes forbundne med hinanden på en måde, der adskiller sig betydeligt fra de traditionelle måder at danne interpersonelle relationer på, såsom ansigt til ansigt-relationer, brevudvekslinger, telefonsamtaler og lignende.

Det er ikke nyt, at vi bruger teknologier til at kommunikere med og har ansigtsløs kommunikation. Mennesket har længe forsøgt at kommunikere med andre redskaber, der kan hjælpe os med at overkomme fysisk eller tidsmæssig afstand, fx kommunikation med lertavler, hulemalerier, røgsignaler, morse mv.

Det nye er imidlertid, hvor meget teknologierne fylder i vores kommunikation med andre. I flere tusinde år har menneskets fremmeste metode til social læring og kommunikation været ansigt til ansigt. I det 21. århundrede spiller mobiltelefoner og sociale medier en stadig større rolle for, hvordan vi er i kontakt med hinanden. Det medierede liv smelter sammen med det fysiske liv.

Den udvikling er sket på ganske kort tid. Facebook, verdens største "land" med over to milliarder brugere, blev stiftet i 2004. Den første iPhone kom i 2007 og satte gang i en smartphone-revolution. Vi har derfor alle en begrænset erfaringshorisont med de nye vilkår i informationstidsalderen. Menneskets erfaring med at agere, interagere og kommunikere analogt trækker på over cirka 250.000 års erfaringer. Vores erfaring med at kommunikere digitalt strækker sig ikke engang over én generation. Vi er på en måde digitalt nyfødte. Alle er med til at etablere de nye koder for ansigtsløs kommunikation.

“En sproglig udveksling i det fysiske rum skabes ikke blot af det, der bliver sagt, men lige så meget af det, der ikke bliver sagt. Det at kunne se hinanden i øjnene er en vigtig gestus, når man skal etablere, hvad der er fællesviden blandt samtalepartnerne.”

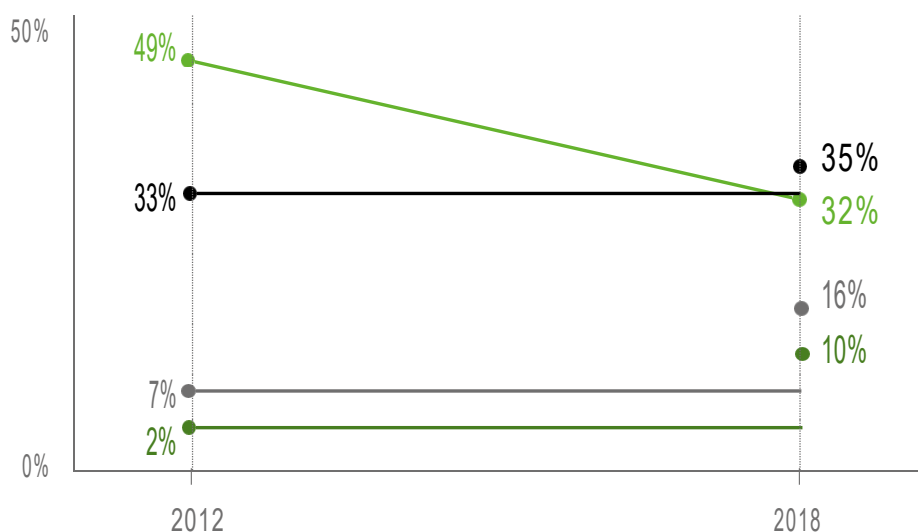
Vincent F. Hendricks
(Hendricks 2016)

Figur 2.11



Den foretrukne kommunikationsform 2012 vs. 2018

Procent af de 13-17-årige amerikanere, der siger, følgende medie er deres foretrukne måde at kommunikere på med venner:



- Tekstbeskeder
- Ansigt til ansigt
- Sociale medier
- Videochat

Kilde: Rideout & Rob 2018

Det er ikke en nem opgave. Selv om det på den ene side er let at bruge en smartphone, så er det på den anden side svært at forstå og gennemskue konsekvenserne af vores adfærd med en smartphone. Det bliver fx stadig nemmere at dele et billede eller en video digitalt med mange, men samtidig sværere at forstå de teknologiske og etiske betydninger og dermed konsekvenserne af vores handlinger digitalt (Mehlsen & Hendricks 2018).

EN, TO, MANGE

En markant forandring ved livet med digitale medier er, at vi er i stand til at lave mange til mange-kommunikation. Der er stor forskel på, om du kommunikerer til en enkelt person (én til én), om du kommunikerer til mange (én til mange), eller om mange kommunikerer til mange (mange til mange).

Mange til mange-kommunikation finder sted på sociale medier, hvor hver bruger har en megafon til mange, der igen hver især har en megafon til endnu flere. Hvis vi skuer tilbage i mediehistorien, har den form for kommunikation ikke været mulig før nu. Derfor har vi måttet skabe nye koder, der dog trækker på vores erfaringer med de to andre kommunikationsformer. Vi kan nemt misforstå hinanden, så længe vi ikke har etableret normer og koder for, hvordan mediet bruges, og hvordan kommunikationen i det medie skal opfattes (Helles 2010).

	ASYNKRON	SYNKRON
EN TIL EN	Sms'er, e-mails, papirbreve	Telefonsamtale (mobil og fastnet), samtale ansigt til ansigt, chat
EN TIL MANGE	Hjemmesider, podcasts, aviser, bøger	Tv, radio, online-tv, radiokanaler
MANGE TIL MANGE	Sociale netværks-sider (Facebook), blogs, fildeling, online-multiplayer-spil, opslagstavler	Online-chatrum, for-samlingshusdiskussion, stadionspeak

Figur 2.12
Seks prototypiske kommunikationsformer
Modellen viser, hvilken kommunikationsform det pågældende medie primært benyttes til.
Model udviklet af Rasmus Helles og Klaus Bruhn Jensen (Helles 2010).

En sondring er, om kommunikationen mellem afsender og modtager er synkron eller asynkron:

- **Synkron kommunikation** foregår på samme tid (realtid) og

kræver tilstedeværelse og opmærksomhed i det øjeblik, kommunikationen foregår. Hvis du er i gang med en samtale med fire andre omkring middagsbordet, går du glip af noget, hvis du går på toilettet.

• **Asynkron kommunikation** er forskudt i tid. Dvs. at modtagerens reaktion på afsenderens besked kommer senere. Det kan fx være, hvis du læser en e-mail en time efter, den er sendt, og først svarer senere.

Når kommunikationen er ansigtsløs og asynkron, kan beskeden ramme på tidspunkter, hvor man som modtager er et helt andet sted. Som fx når en professionel fodboldspiller sidder hjemme i sofaen med sin familie og får en truende hadefuld besked på mobilen.

OPGAVE

Selvskade på sociale medier

Hvad stiller du op, hvis du på et socialt medie ser et billede/en video af en ven eller veninde, der gør skade på sig selv eller fortæller om en smerte?

- Du liker
- Du giver et hjerte
- Du sender en privat besked eller ringer til din ven
- Du gør ingenting og scroller videre.

Her er fire 8. klasses elevers holdninger til selvskade-billeder på sociale medier:

Gabriel, 15 år: "Hvis man har det dårligt med sig selv, forstår jeg ikke, hvorfor man skærer i sig selv og filmer det og lægger det op på de sociale medier. Jeg så på min venindes telefon, at hun havde en masse billeder af, at hun havde sår på armene. Eksempelvis har hun lavet en film, hvor hun viser, hun gør skade på sig selv, og bagefter viser, hun græder. Det synes jeg er lidt latterligt."

Mathilde, 14 år: "Der er mange, der sender videoer af, at de græder. Jeg synes, det virker opmærksomhedskrævende, at folk vil have, man skal spørge, hvad der er galt."

Anna, 14 år: "Jeg forstår ikke, hvorfor folk ikke bare skriver privat, hvis de har det svært, frem for at lægge videoer ud til alle med, at de græder."

Stella, 14 år: "Jeg har en veninde, der gjorde det meget. Jeg indså, at de enten

INFORMATION



Superligaens digitale had "Fucking Judas", "Illoyale hund", "Stop karrieren" og "Jeg håber din hund dør". Det er eksempler på beskeder, som ifølge TV 3 Sport har ramt fodboldspilleres indbakke på Facebook og Instagram .

Kilde: Smidstrup 2018

VIDSTE DU AT



700 millioner emojis bruges på Facebook hver dag

Over 5 milliarder emojis bruges dagligt på Messenger

Den mest brugte emoji er et ansigt, der griner med tårer, også kaldet "Joy" (i perioden 2015-2017)

Den 17. juli er udnævnt til "World Emoji Day" (se www.worldemojiday.com)

Der er over 2.800 emojis.

Næsten 2.300 af dem bliver brugt på Facebook hver dag.



<https://blog.emojipedia.org>

gør det, fordi de virkelig har det svært, eller fordi de har brug for opmærksomhed. Så indså jeg, at hvis de har brug for den opmærksomhed, så vil jeg gerne give dem den opmærksomhed. Selvom det kan være svært at give til tider."

DISKUTER

Diskuter, hvorfor de fire elever mener, venners selvskade på sociale medier handler om at få opmærksomhed.

Diskuter, hvad de sociale mediers "mange til mange-kommunikation" betyder for modtagerens respons på selvskade. Er der forskel på, hvad du vil gøre, hvis en ven fortæller, han/hun cutter via følgende medier: 1) ansigt til ansigt 2) på Messenger eller sms 3) på Instagram? Hvorfor/hvorfor ikke er der forskel?

Hvis du ser på dine tre foretrukne sociale medier, hvilken kommunikationsform bruger du så mest? Hvorfor?

Hvornår foretrækker du synkron kommunikation, og hvad egner asynkron kommunikation sig bedst til?

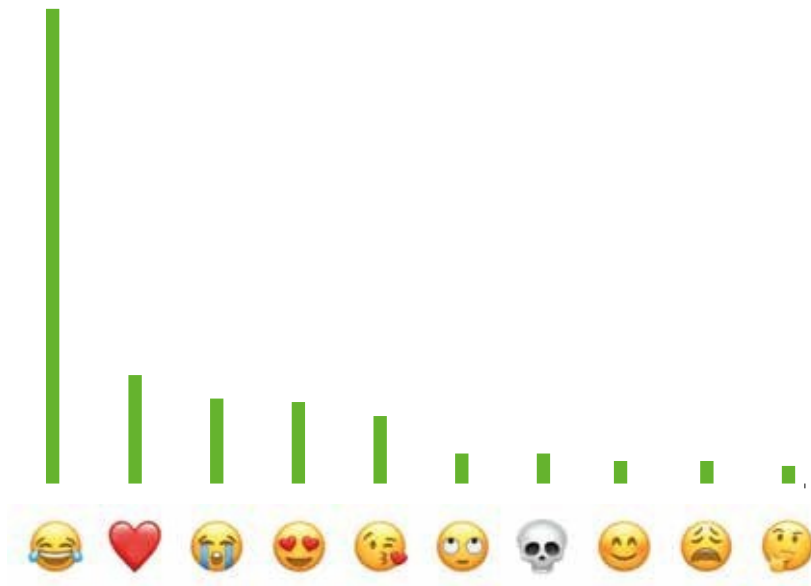
Hvilken kommunikationsform egner emojis sig bedst til – én til én, én til mange, mange til mange?

EMOJIS

De nye digitale medier giver os ikke alene nye kanaler, hvor vi kan kommunikere med hinanden og få informationer. De påvirker også, hvilke kodesystemer vi har til rådighed, når vi bruger medierne.

Emojis er et eksempel på en kommunikationsform, der udvider, hvilke koder vi bruger i skriftsprog. Ordet emojis (emoticons) er en sammentrækning af emotion (følelse) og icon (ikon). Emojis gør det muligt at mime følelsesmæssige træk ved ansigt til ansigt-kommunikation i skriftsproget. Det kan være en smiley, der græder af grin, et vredt ansigt eller en glad sol.

Emojis er blevet en udbredt del af vores kommunikation med andre på sociale medier og i mobilbeskeder. På Instagram er næsten halvdelen af kommentarerne ledsaget af emojis. Men emojis gør det ikke altid nemt for os at afkode modtagerens budskab. En emoji kan nemt være tvetydig eller flertydig, så vi misforstår hinanden. Hvad betyder det fx at få en smilende hundelort på Messenger? Er det kærligt ment, er det sjovt, er det strengt?



Figur 2.13
De mest populære emojis
i USA



https://images.apple.com/privacy/docs/Differential_Privacy_Overview.pdf

AT TALE OG LIKE ER AT HANDLE

Tag en hvilken som helst emoji, du for nylig har brugt – eller tænk på din favoritemoji. Hvad betyder den egentlig? Ved du altid, hvornår den kan bruges, og bliver den rigtig forstået af modtageren? Eller har du prøvet at bruge en emoji, der blev misforstået?

Og hvad betyder et like? Lad os sige, du laver et opslag på Facebook om, at du netop har lagt dig med influenza. Måske kender du en, der liker det. Betyder det, at vedkommende fryder sig over, at du har lagt dig på langs med feber og kulderystelser? Eller synes personen i den anden ende, at det er synd for dig, at du er sengeliggende? At hæve tommelfingeren synes i udgangspunktet entydigt positiv. Men der er flere talehandlinger i noget så simpelt som et like.

Den engelske sprogfilosof John L. Austin (1911-1960) har udviklet en talehandlingsteori, der beskriver, hvordan sprog er mere end bare sprog. Ifølge Austin er alle sproglige ytringer talehandlinger. Han bruger tre centrale begreber til at beskrive talehandlinger (Austin 1997):

Lokutionen er selve den handling at sige en meningsfuld sætning som fx 'jeg skal læse lektier' eller at afsende en bestemt emoji. Dvs. det er en *udførelse* af en ytring.

Den **illokutionære handling** er det at fremsætte en ytring med en kommunikativ *hensigt*. Dvs. det er afsenderens intention med ytringen. Er ytringen fx en opfordring til en handling, en formaning eller et ønske?

OPGAVE



Sociale eller asociale?

Diskuter, hvordan den voksende ensomhed blandt unge, og særligt unge kvinder, hængersammen med et liv med sociale medier.

Diskuter i grupper, hvordan man kan forandre sociale medier, så empatien fremmes. Hvordan kan teknologi bidrage til at styrke menneskers sociale kompetencer og fællesskaber?

Den **perlokutionære handling** er at få en *respons* på ytringen hos modtageren/modtagerne. Hvis du sender en sms med ordet 'ko' (i stedet for ok), er perlokutionen den respons, som der opstår hos modtageren, fx irritation, vrede eller grin.

Gælder det en hilsen, er den lokutionære handling udførelsen af en ytring som fx 'goddag', og den illokutionære handling er, at modtageren er mødt med velvilje, mens den perlokutionære handling typisk vil være en hilsen tilbage. Det er præcis den virkning, de lidt gammeldags hilsner 'goddag' og 'farvel' har: at ønske nogen en god dag ved ankomst eller at fare vel ved afrejsen.

Et like er også en talehandling. Man handler — i mere end en forstand — når man afgiver sit 'synes godt om'. Et like er imidlertid tvetydigt eller flertydigt. Hvilken slags gestus skal det at like forstås som? En hilsen, en anerkendelse, en misbilligelse, en sympatitilkendegivelse, et udtryk for respekt eller noget helt syvende? Og hvad er den rette perlokutionære respons på en flertydig illokution — eller sagt på en anden måde: Hvilken virkning skal du regne med, at et like har eller bør have?

Selvom den hævdede tommelfinger-emoji kan virke entydig, er såvel den illokutionære som perlokutionære hensigt og virkning det ikke altid. Det er et spørgsmål om, hvor klar rammen, konteksten eller jeres fællesviden om "synes godt om" er. Derfor kan der nemt opstå misforståelser.

Den manglende både illokutionære og perlokutionære effekt af likes er præcis årsagen til, at Facebook og andre sociale medie-platformer har introduceret mange flere emojis, så registeret for talehandlinger og reaktioner kan udvides til at give et bedre billede af, hvad der egentlig menes – både for afsender og modtager.











OPGAVER

Kend betydningen af dine emojis

#1

Her er de mest populære emojis til iPhone i 2017. Udfyld skemaet med opmærksomhed på om illokutionen er entydig eller flertydig – og i så fald hvorfor. Tænk på situationen sådan, at nogen skriver en kommentar og/eller sender et billede. Der bliver reageret med én af emojierne i skemaet. Vær opmærksom på, hvem der er afsender, og hvem der er modtager, når illokution og perlokution fastlægges.

LOKUTION BESKRIVELSE ILLOKUTION PERLOKUTION

	Face With Tears Of Joy	<i>Accept:</i> Den humoristiske og afvæbnende accept af joke, pointe eller billede (dvs. virkning af at sende 😂)	<i>Anerkendelse:</i> At modtageren af 😂 får anerkendelse for sin joke, pointe eller billede (dvs. konsekvens af den humoristiske og afvæbnende accept)
	Red Heart		
	Loudly Crying Face		
	Smiling Face With Heart-Eyes		
	Face Blowing a Kiss		
	Face With Rolling Eyes		
	Skull		
	Smiling Face With Smiling Eyes		
	Weary Face		
	Thinking Face		



<https://emojipedia.org/apple>

<http://nordic.businessinsider.com/most-popular-emoji-us-apple-2017-11?r=US&IR=T>

2

Ofte kan både illokutionen og dermed perlokutionen give anledning til forvirring, fordi fællesviden og/eller kontekst ikke er klar.

Hvis en nær ven svarer med enten



når du netop lige har skrevet på Snapchat, at du desværre har fået konstateret kysseysge, hvordan opfatter du det så? Hvad er den illokutionære effekt på dig, og hvad er din reaktion, altså den perlokutionære virkning?

Hvis en nær ven svarer med enten



når du netop lige har skrevet på Messenger, at du har fået backstage pass til Roskilde Festival, hvordan opfatter du det så? Hvad er den illokutionære kraft, og hvad er virkningen på dig, altså den perlokutionære handling?

3

Beskriv med de emojis ovenfor til rådighed den tilstand, du er i, hvis du netop har mødt en bekendt til en fest og egentlig synes, du selv var kikset, fordi du prøvede at være morsom over for den bekendte. Er der andre måder, hvorpå man kan forstå den streng af emojis, der beskriver din tilstand?

4

Øvelsen ovenfor tog udgangspunkt i, hvordan blot en af dine nære venner kunne reagere, og hvordan du ville opfatte det. Tænk nu, hvis det ikke var en nær ven, men en løseligt forbundet person i dit netværk, der så, at en af dine nære venner havde svaret med 😂, når du netop havde fortalt, at du desværre havde fået kysseysge. Og tænk på, at en af dine andre venner også kunne misforstå, hvad din nære ven svarede ”for sjov” på, at du er blevet syg. Før du får set dig om, kan du modtage rigtig mange 😂 som reaktion på, at du er blevet smittet med kysseysge fra alle mulige, der enten ikke har forstået konteksten eller ved, hvad der er fællesviden blandt jer, men blot giver deres besyv med. Så kan der opstå en lemmingeeffekt – og tilsvarende kan du få en masse 😂😂😂 som reaktion på din glæde ved at skulle backstage på Roskilde – en, to ... mange.

SKÆRMRELATIONER

Teknologierne påvirker vores måde at organisere vores fællesskaber og samfund på – og vores kommunikation. Derfor har det konsekvenser, at stadig mere kommunikation foregår ansigtsløst – fx for hvordan vi udvikler sociale og emotionelle kompetencer. Udvikling af sociale kompetencer og empati er afhængig af direkte menneskelig kontakt, og flere forskere peger på, at vores evne til empati falder i en digital tid. En af dem er den amerikanske psykologiprofessor Sherry Turkle, der har studeret menneskers interaktioner med teknologier i over 30 år og kan se, at empati er kommet under pres. I takt med at vi erstatter ansigt til ansigt-kommunikation med ansigtsløs kommunikation, reducerer vi vores evne til at udvise empati (Turkle 2015).

De sociale medier burde ellers, alene givet deres betegnelse, skabe kontakt mennesker imellem. Genforening med venner, fjender, flammer, kværulevende klassekammerater og søvnige slægtninge er alt sammen noget, portaler som YouTube, Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram og Tumblr kan facilitere med ét klik og en søgning.

I dag er det nemt at skabe sig et stort netværk online. Aldrig før har det været så let at finde andre, der interesserer sig for det samme som én selv – om det er Beyoncé, Manchester United, makeup, Fortnite, sneakers, dyrevelfærd eller noget helt andet. Vi lever i en global landsby, sådan som den canadiske teknologifilosof Marshall McLuhan beskrev tilbage i 1962.

Bliver vi mere sociale af sociale medier? Styrker vi vores sociale kompetencer, og får vi en større tværkulturel forståelse af at bruge sociale medier? Det ville være fantastisk for os som mennesker, der skal leve med hinanden i den globale landsby, hvis svaret på dette spørgsmål var et entydigt ja. Så godt er det imidlertid ikke fat.

Flere socialpsykologiske og informationsteoretiske studier tyder på, at på trods af at vi aldrig har været mere forbundne, end vi er nu via de sociale medier, har vi aldrig været mere ensomme (Hendricks 2016). Den tidligere amerikanske skuespiller Yvette Vickers ville have rundet 83 år sidst i 2011, men ingen ved, præcis hvor gammel hun blev. *Los Angeles Times* rapporterede i 2012, at hun var død og havde været det omkring et år. Hun var mumificeret, da hun blev fundet af en nabo. Vickers havde oceaner af venner, fans og følgere på Facebook. Ingen af dem havde imidlertid opdaget, at hun havde været død længe.

Den forsigtige konklusion er ifølge ny social netværksanalyse – og med Vickers' meget stille bortgang in mente – at mennesker, der er ensomme, bliver endnu mere ensomme og bruger endnu mere tid på Facebook end dem, der ikke føler sig ensomme. Den direkte menneskelige kontakt er erstattet med virtuelle sympatitilkendegivelser, der ikke gør en reel forskel – fx hvis man skulle falde om i hjemmet i Los Angeles.

VIDSTE DU AT



Amerikanske teenagere foretrækker at sende tekst-beskeder til hinanden i stedet for at tale sammen.

42 % af amerikanske teenagere mener, at den tid, de bruger på sociale medier, "tager tid væk fra at være sammen med venner fysisk".

Kilde:

Rideout & Rob 2018

EMPATI UNDER PRES

Hvad får elever i 6. klasse ud af at tage på udendørs lejrskole i fem dage – uden skærme? Det har en gruppe amerikanske forskere undersøgt. Børnene brugte på en gennemsnitlig hverdag 4,5 timer på at se tv, spille computer, sende digitale beskeder og chatte. På lejrskolen fik børnene flere timer, hvor de var fysisk sammen med andre børn og voksne. Forskerne fandt frem til, at børnene blev bedre til at læse andre menneskers ansigter og følelser. Efter fem dage uden skærme og med megen social interaktion var børnenes nonverbale kommunikation styrket (Uhls et al 2014).

Studiet viser, at ansigt til ansigt-kommunikation har stor betydning for at udvikle vores sociale kompetencer. Forskerne bag studiet var overraskede over, at de på blot fem dage kunne se så stor en forskel på børnenes sociale kompetencer. Det vidner om, at det at se hinanden i øjnene og være fysisk sammen styrker sociale kompetencer på en anden måde end kommunikation via skærme (Mehlsen 2016).

Den amerikanske psykologiprofessor Sherry Turkle mener, at unge vokser op med en illusion om, at de aldrig er ensomme, fordi de altid kan komme i kontakt med hinanden via skærme. Alligevel føler mange unge sig ensomme. Turkles begreb for udviklingen er, at vi er "alene sammen": Vi er mere alene foran skærmen, mens vi er sammen på skærmen. Det kan fx være i togkupeen, foran bussen eller i klasseværelset. Turkle vurderer, at skærme og sociale medier er en trussel for vores evne til at skabe tætte relationer til andre mennesker.

Ifølge Psykiatrifonden opstår følelsen af ensomhed, når mennesker oplever, at deres sociale relationer ikke opfylder deres sociale behov og forventninger. I Danmark ser vi en kedelig udvikling, hvad angår unge og ensomhed: Ensomheden blandt de mest flittige brugere af sociale medier – unge – er steget betydeligt (Sundhedsstyrelsen 2018). Knap hver femte 16-24-årige oplever, at de ofte er uønsket alene. Og ser vi på de 16-24-årige kvinder, er de den mest ensomme befolkningsgruppe i Danmark, og det er nyt. Tidligere var ældre mennesker den mest ensomme befolkningsgruppe, men nu har unge kvinder overhalet de ældre som dem, der føler sig mest udenfor. Måske skyldes det, at vi med digitale teknologier nemt kan fjerne os fra hinanden og glemme ansigtet bag skærmen?

