

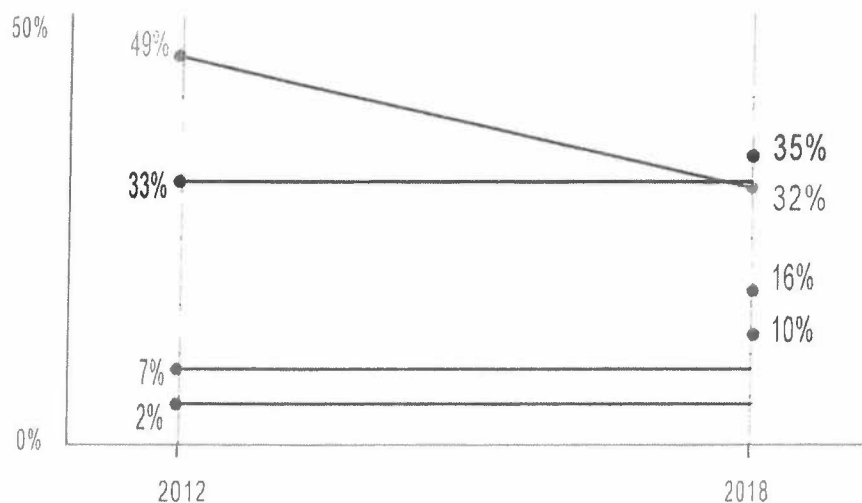
## VI ER DIGITALT NYFØDTE

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).

**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).

	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, forsamlingshusdiskussion, stadionspeak

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](http://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?

---