

Ungdommelige følelser i offentlige rum

Malene Charlotte Larsen

Sammendrag

Når børn og unge benytter sig af internettets sociale netværkssider, er det i høj grad forbundet med den måde, hvorpå de i dagligdagen praktiserer venskab og konstruerer identitet. I denne artikel undersøges danske 12–18-årige børn og unges brug af sociale netværkssider som Facebook og Arto. Der fokuseres især på den særlige kommunikationsform, der eksisterer imellem de nære relationer – eller dem, som børn og unge selv betegner som deres bedste venner eller veninder. Her er sproget præget af en decideret kærlighedsdiskurs, og sætningen ”Jeg elsker dig” optræder jævnligt i deres kommunikation. Det diskuteres, hvilke funktioner denne ”følelseskommunikation” har, og hvad det betyder, at den ofte er offentlig tilgængelig eller strategisk synligt placeret på de unges profiler. I forlængelse heraf argumenteres der for, at unge i kraft af deres følelseskommunikative handlinger bliver medkonstruktører af hinandens identitet, der af forfatteren karakteriseres som en ”open source” netværksidentitet. Artiklen er baseret på resultater fra ph.d.-afhandlingen ”Unge og online sociale netværk – en neksusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser”.

Indledning

”Heej min altid dejlige skat <3 Ved du hvad? (; Jeg elsker dig – MEGA højt, og ja, faktisk meget mere end det! Du betyder så meget for mig! Du er altid så mega dejlig. Så skøn, sjov, herlig, sød, smuk, charmerende, vidunderlig, kærlig, skøn.. Ja, jeg ku blive ved, smukke. Du er ALT! Tak for den du er. Tak for alt du gør. Tak for alt, mus!.. Jeg elsker dig – evigt!...”¹

Sociale netværkssider er internetbaserede mødesteder, hvor brugere via personaliserede profiler kan linke til hinanden og liste hinanden som

¹ Alle citater fra respondenter fremstår med original tegnsætning, stavemåde osv.

”venner” og dermed kommunikere og socialisere på tværs af fysiske og tidsmæssige begrænsninger (boyd & Ellison 2007, Larsen 2009). I 2005 var den mest besøgte hjemmeside i Danmark blandt danske børn og unge den sociale netværksside Arto.dk. Arto er et typisk eksempel på en førstegenerations-social netværksside, som – i lighed med f.eks. svenske LunarStorm – startede med en begrænset brugergrænseflade og en begrænset brugerskare, men som via mund-til-mund-metoden voksede sig større og større og nationalt set opnåede stor popularitet hos især unge.² I dag har siden mistet mange brugere til amerikanske Facebook, som på nuværende tidspunkt er den mest populære sociale netværksside i Danmark, men tilbage i 2005 var det anslået, at 85 % af alle danske børn og unge mellem 12 og 18 år havde en profil på Arto.dk.

Ovenstående citat er et eksempel på en besked, som på daværende tidspunkt var at finde på forsiden af en 16-årig piges Arto-profil. Beskeden var skrevet af hendes bedste veninde. På trods af de meget rosede tillægsord og de storladne følelser er beskedens indhold slet ikke atypisk. Derimod minder den om tusindvis af andre offentlige tilkendegivelser eller kærlige erklæringer imellem venner, som jeg som virtuel etnograf over en periode på fem år har observeret på danske børn og unges profiler på en række sociale netværkssider. Selvom det overvejende er piger, som benytter sig af denne form for følelseskommunikation, er det en praksis, som også finder sted imellem drenge. Der synes at være tale om en socialt accepteret udtryksform blandt danske unge på sociale netværkssider. Det er en måde at skrive sig ind i et bestemt værdisystem; en bestemt kultur eller samværsform, som adskiller sig væsentligt fra voksnes. At give udtryk for hvor meget man elsker hinanden, synes med andre ord at være blevet en almindelig måde for danske unge at praktisere venskab på i dag. Interessant nok er det dog sjældent, at de unge siger disse ord til hinanden ansigt til ansigt eller i andre direkte samtalsituationer, hvor kommunikationen foregår synkront, som f.eks. i en chat- eller telefonsamtale. Her ville det næsten være for intimt at benytte sig af disse ord, men noget tyder på, at sociale netværkssider fungerer som særlige sociale rum, hvor følelseskommunikationen ikke blot er tilladt, men i nogle tilfælde påkrævet.

² Arto blev oprettet af en gymnasieelev i 1998 og startede som en hjemmeside med vittigheder, men udviklede sig gradvist til en social netværksside med profiler, gæstebøger osv.

De unges brug af ordene ”Jeg elsker dig” eller andre kulturelt eller socialt accepterede tegn, der symboliserer følelser, reflekterer det, Gee (1999) kalder diskurs med stort D. Vi har at gøre med:

... socially accepted associations among ways of using language, of thinking, valuing, acting, and interacting, in the “right” places and at the “right” times with the ”right” objects (associations that can be used to identify oneself as a member of a socially meaningful group or “social network”... (Gee 1999: 17)

Det er baseret på denne forståelse, at jeg i denne artikel undersøger den helt særlige ungdommelige Kærlighedsdiskurs, som på internettet er udpræget imellem bedste venner og veninder. Baseret på en stor mængde empirisk materiale diskuterer jeg, hvorfor følelsesladede ord og vendinger er blevet en typisk del af udtryksformen blandt danske unge på sociale netværkssider, hvilke funktioner denne Kærlighedsdiskurs opfylder, hvordan de unge selv – også med en vis ambivalens – forholder sig til egen praksis, hvordan drenge og piger bruger følelseskommunikation forskelligt, og hvad det i sidste ende betyder for deres venskaber og identitetskonstruktion.

Empirisk fundament

Artiklen er baseret på min ph.d.-afhandling (Larsen 2010), hvis hovedformål var at opnå en forståelse af, hvilke betydninger sociale netværkssider som f.eks. Arto og Facebook har for unge brugeres individuelle og sociale liv, og hvordan de anvender disse sider som en del af deres hverdag. For at undersøge dette indsamlede jeg en stor mængde af forskelligt datamateriale. Det primære datamateriale bestod af fem års etnografisk engagement og deltagende observationer inden for feltet. Overvejende var der tale om en virtuel etnografi (Hine 1998, 2000) med online-observationer og dataindsamling over nettet. Jeg havde selv profiler på de sociale netværkssider, som i perioden 2005–2010 var mest populære blandt danske børn og unge. Her var mit forskningsmæssige formål åbent beskrevet for de unge brugere, og jeg fik flere ”venner”, som blev mine informanter. Sideløbende med mine observationer foretog jeg chatbaserede uformelle og ustrukturerede interviews, afholdt et fokusgruppeinterview, skrev feltnoter og tog screenshots.

Som etnograf benyttede jeg mig af en ”snowballing” tilgang (Bijker 1995), hvor opdagelser i feltet kan føre til invitationer til at bevæge sig videre (Hine 2000). En sådan tilgang stemmer godt overens med observationer på nettet, hvor brugerne typisk bevæger sig rundt på forskellige internetsider, og det giver mulighed for at bevæge sig videre i takt med brugerne. På den måde fulgte jeg med, da mine informanter bevægede sig fra det ellers så populære danske Arto til den amerikanske sociale netværksside Facebook. Tilgangen resulterede i, at jeg oprettede profiler på mindst 25 forskellige sociale netværkssider i løbet af de fem år, hvor jeg gennemførte undersøgelsen. Det var dog langt fra alle sider, hvorpå jeg fungerede som deltagende observatør. Nogle sider var jeg blot på i kort tid og holdt mig til forholdsvist anonymt eller passivt at observere interaktionerne blandt brugerne. De korte observationer gav dog et indblik i, hvilken type af online socialt netværk, der var tale om, og hvordan det blev anvendt i praksis og evt. adskilte sig fra de øvrige sociale netværkssider, som blev anvendt af unge i Danmark. Det er selvsagt en umulighed at vedligeholde så mange profiler, men som led i den etnografiske undersøgelse fandt jeg det vigtigt at kende til det samlede udbud af sociale netværkssider for børn og unge i Danmark, for derefter at foretage mere dybdegående deltagende observationer på de mest anvendte sider. Jeg bevægede mig således imellem forskellige grader af deltagelse – fra ikke-deltagelse, passiv deltagelse, moderat deltagelse, aktiv deltagelse til fuld deltagelse (Spradley 1980).

Udover den virtuelle etnografi gennemførte jeg en omfattende kvalitativ online-spørgeskemaundersøgelse, hvor 2400 12–18-årige danske unge (51 % piger og 49 % drenge) fortalte om deres oplevelser på sociale netværkssider. Spørgeskemaet bestod overvejende af åbne spørgsmål vedrørende nogle af de praksisser, som qua den virtuelle etnografi havde vist sig at være centrale. I nogle af spørgsmålene blev respondenterne bedt om at angive eksempler fra deres profil, f.eks. den seneste besked fra deres gæstebog eller billedgalleri, eksempler på beskeder, som de ikke brød sig om, beskeder, de var blevet glade for mv. Derefter skulle de angive hvem, der havde sendt beskeden/kommentaren, og efterfølgende reflektere over, hvad de syntes om den. Disse spørgsmål blev medtaget for at få indblik i de typiske beskeder og kommentarer, som unge sender til hinanden over sociale netværkssider. Frem for at indsamle statistisk materiale var formålet med spørgeskemaet således at få indsigt i centrale oplevelser og praksisser, som børn og unge mellem 12 og 18 år har på forskellige sociale netværkssider. Den pågældende aldersgruppe blev valgt, fordi

undersøgelser på daværende tidspunkt (Eurobarometer 2007, Larsen 2005, Rattleff & Tønnesen 2007) viste, at danske børn og unge især begynder at anvende sociale netværkssider for at kommunikere og ”hænge ud” med deres jævnaldrende venner fra 12-årsalderen (i modsætning til de mere lege-orienterede mødesteder, hvor brugerne typisk er yngre). Dertil kommer, at mange af de populære sociale netværkssider i Danmark, f.eks. Arto, havde en aldersbegrænsning på 12 år (selvom dette dog ikke er nogen garanti for, at yngre brugere ikke er repræsenteret på siderne).

Spørgeskemaet var via forsidelinks tilgængeligt på forskellige sociale netværkssider og enkelte offentlige institutioners hjemmesider. På den måde var der (med vilje) ikke taget højde for at sikre repræsentativitet i undersøgelsen. Respondenterne blev ikke udvalgt til at deltage, men gjorde det frivilligt ved at følge de links, der var placeret på de hjemmesider, de besøgte. Deltagerne i spørgeskemaet var således ikke valgt ud fra demografiske eller socio-økonomiske variable, sådan som man ellers ville gøre i klassiske spørgeskemaundersøgelser. På den måde var undersøgelsen ikke repræsentativ for alle danske børn og unge mellem 12 og 18 år, men repræsenterede brugere af sociale netværkssider mellem 12 og 18 år, som valgte at deltage. I den forbindelse var det et ønske at have mange, relevante respondenter, frem for at sikre repræsentativitet i undersøgelsen.

For at danne et kondenseret overblik over datamaterialet anvendte jeg softwareprogrammet Nvivo 8, som muliggør kvalitativ dataanalyse og kan kvalificere arbejdet med at kode og kategorisere store datamængder. Nvivo er baseret på en Grounded Theory-inspireret tilgang til kodning af kvalitativt datamateriale. At tage en Grounded Theory-tilgang til dataanalyse betyder som udgangspunkt, at man lader de empiriske data ”tale for sig selv”, frem for at tilgå dem med bestemte teoretiske rammer eller begreber (Gibbs 2002, Welsh 2002). Over flere omgange gennemgik jeg samtlige svar fra udvalgte spørgsmål i spørgeskemaet og oprettede koder, kategorier og temaer, som efterhånden blev raffineret og sat i forhold til hinanden. Disse blev analyseret i forhold til mine observationer, screenshots, feltnoter og interviewdata og var medvirkende til at danne et rigt og detaljeret indblik i unges brug af sociale netværkssider. Kombinationen af disse forskellige datatyper gjorde det muligt dels at udforske de centrale handlinger, som unge brugere udfører på tværs af sociale netværkssider, og dels at analysere den måde, hvorpå de italesætter deres konkrete brug og oplevelser.

Teoretisk og metodologisk tilgang

Teoretisk var afhandlingen placeret inden for det diskursanalytiske felt med Nexsusanalyse (Scollon & Scollon 2004) som den overordnede teoretiske og metodologiske tilgang. Nexsusanalyse er et bredtfavnende og eklektisk perspektiv, som ud over diskursstudier er teoretisk funderet inden for lingvistisk antropologi, psykologi og sociolingvistik. Snarere end en egentlig teori er der tale om et teoretisk og metodologisk rammeværk, som kombinerer en etnografisk metodisk tilgangsvinkel med diskursanalyse og har til formål at kortlægge de centrale (men ikke nødvendigvis diskursive) praksisser inden for et givent undersøgelsesfelt. Det særlige ved Nexsusanalyse som diskursanalytisk rammeværk er, at sproget ikke har så central en placering, som det har i andre diskursanalytiske retninger. Derimod ligger den primære interesse i menneskers sociale handlinger. Disse handlinger vil altid være *medierede* af teknologier eller kulturelle artefakter (medierende midler). Ofte er det dog sproget, dvs. diskurser, som medierer sociale handlinger, men dette skal ikke tages for givet.

Scollon og Scollon betegner selv Nexsusanalyse som ”en etnografisk metodologisk strategi” (Scollon & Scollon 2004: 9). Den form for etnografi, som de bekender sig til, adskiller sig imidlertid fra traditionel etnografi, som den kendes inden for antropologi og sociologi og har mere til fælles med nogle af de nyere etnografiske strømninger inden for internetforskningen, herunder virtuel etnografi (Hine 1998, 2000, Larsen 2011, Leander & McKim 2003). For Scollon og Scollon er etnografi en teoretisk position, hvor medierende handlinger er i centrum. På den måde udvælger man ikke en bestemt gruppe af mennesker, hvoriblandt man vil gennemføre sin etnografi, eksempelvis en venskabsgruppe, en skoleklasse eller brugerne af en bestemt hjemmeside. Udgangspunktet for Nexsusanalysen er i stedet, at man er interesseret i et bestemt socialt problem eller nogle bestemte sociale praksisser, og gennem et engagement i feltet vil man analysere sig frem til, hvem de centrale, sociale aktører er, og hvilke centrale handlinger de udfører. Formålet med Nexsusanalyse er derfor en mere generel etnografisk teori og metodologi, som kan bruges til at analysere forholdet mellem diskurs og teknologi og samtidig placere denne analyse inden for en bredere social, politisk og kulturel kontekst (Scollon & Scollon 2004: 7). Med Nexsusanalyse analyserer man således ikke kun de konkrete sociale handlinger, men også de gentagne

hverdagshandlinger, som finder sted i sociale aktørers liv inden for en sociokulturel-historisk ramme.

Det sted, hvor bestemte sociale handlinger, aktører og diskursive praksisser mødes og udspiller sig, kalder Scollon og Scollon for et "Nexus of Practice". Et Nexus of Practice er ikke et fysisk sted, men nærmere en genre af aktiviteter og de mennesker, som indgår i disse aktiviteter (Scollon 2001: 150). Selve konceptet er forholdsvist løst formuleret og kan derfor dække over mange forskellige handlingers sammenkoblinger:

Whenever there are a number of people who share practices and the linkages among them, that is, to the extent that there is a *we* who know how to have a cup of coffee, how to catch a bus, or how to send an email message, there is a nexus of practice. A nexus of practice is any group who can and do engage in some action. (Scollon 2001: 150)

Der er altså tale om en genkendelig gruppering af en række medierede handlinger, der sammen med et arkiv af medierende midler er knyttet til en større eller mindre gruppe af mennesker (Scollon 2001: 150). På den måde kan man tale om, at alle Facebook-brugere i verden er en del af samme Nexus of Practice, men man kan også sige, at blot 80-90 mennesker, som benytter sig af det lille lokale vaskeri nede på hjørnet, indgår i et Nexus of Practice. Størrelsesforholdet kan altså variere meget og bestå af både fem, femhundrede eller fem millioner mennesker. Hvordan man anskuer et Nexus of Practice, afhænger således af ens analytiske interesse.

I min ph.d.-afhandling analyserede jeg danske unges brug af sociale netværkssider som et Nexus of Practice. Det betyder også, at jeg ikke har analyseret én bestemt venskabsgruppe eller andre fasttømrede grupper af unge mennesker og deres brug af sociale netværkssider, men forholdt mig på et mere overordnet plan til de centrale medierede handlinger, som danske unge på tværs af kommunegrænser og internetsider benytter sig af. Således analyserede jeg på et overordnet plan danske unges brug af sociale netværkssider inden for en mainstream ungdomskultur. Jeg koncentrerede mig om at fokusere på de sociale handlinger, som på baggrund af mine empiriindsamlings og navigationer inden for feltet havde vist sig at være centrale. Da Nexusanalyse er et omfattende rammeværk med mange teoretiske begreber og metodologiske guidelines vil jeg ikke gå yderligere i detaljer med at beskrive tilgangen, og hvordan den i praksis blev appliceret i ph.d.-afhandlingen. I den resterende del af artiklen vil jeg

koncentrere mig om at præsentere den del af analysen, som handler om, hvordan unge kommunikerer følelser på sociale netværkssider.

Analyse

At kommunikere følelser er én blandt flere måder, hvorpå unge praktiserer venskab på sociale netværkssider. Det er interessant at undersøge de følelseskommunikative handlinger særskilt, fordi der er tale om en central praksis, som jeg har observeret på daglig basis i løbet af de år, hvor jeg fungerede som virtuel etnograf. Allerede i 2005 fandt jeg det følelseladede sprog centralt, og efterfølgende har jeg kunnet observere, hvordan unge på tværs af forskellige sociale netværkssider benytter sig af en udpræget kærlighedsdiskurs. I forbindelse hermed har jeg konstateret, at unge tager mange forskellige medierende midler i brug for at kommunikere følelser, hvoraf flere slet ikke er beregnet til tovejskommunikation imellem brugere. På de sociale netværkssider, hvor der er mulighed for at oprette sig under brugernavne, har jeg set eksempler på brugere, som benytter selve deres brugernavn til at sende en sød besked til en ven, veninde eller kæreste – ved f.eks. at kalde sig ”idascarolineforever” (12-årig piges brugernavn), ”elskpaaasigne” (14-årig piges brugernavn) eller ”Pernilles-Dreng” (15-årig drengs brugernavn). Således anvendes brugernavnet som et medierende middel til at indikere en relation til en anden bruger. Dette er en måde at fremhæve én person blandt alle brugerens venner som havende en bestemt plads i vedkommendes hjerte. Ofte ses det, hvordan de udvalgte venner eller kærester i lignende medierede handlinger gengælder følelserne. Således kunne man forestille sig, at ”Ida”, som nævnes i den 12-årige piges brugernavn, ville have et tilsvarende brugernavn i stil med ”carolinesidaforever”.

Der, hvor kærlighedsdiskursen er allermest fremtrædende, er i de personlige profilttekster eller præsentationer, som de unge selv designer – til tider i form af html-kodning. Disse fungerer som ”free spaces”, hvor den enkelte bruger helt selv kan bestemme design, farvevalg og indhold. Profilttekster har derfor karakter af at være personlige hjemmesider og ser også ofte sådan ud i layoutet med billeder og forskellige menubjælker. I nedenstående figur ses, hvordan en 16-årig pige har valgt at udforme sin profilttekst på Arto.



Figur 1: Udsnit af 16-årig piges profiltækst på Arto, 2007.

Som det ofte er tilfældet med profiltækster, har den 16-årige pige valgt ikke at omtale sig selv, men i stedet at give udtryk for, hvor meget hun elsker sine tre bedste veninder, som hun har indsat billeder af (her sløret af mig). Pigen opfordrer dog veninderne (og andre besøgende) til at skrive i hendes gæstebog.

Det er interessant, at flere brugere anvender de mere personlige og profilerende funktioner på sociale netværkssider – som brugernavne eller personlige profiltækster – til at skrive om deres bedste venner/veninder, og hvor meget de holder af dem. Dette kan hænge sammen med sidernes brug af metaforen ”ven” om samtlige af de kontakter, man har. Kategorien ”ven” siger egentlig ikke så meget om hvilken relation, der er tale om, fordi denne betegnelse per automatik tildeles en person, så snart man har accepteret en venskabsanmodning. I mit datamateriale så jeg flere eksempler på unge, som udførte en række medierende handlinger for at synliggøre og selektere mellem de forskellige kontakter, eller benyttede sig af forskellige medierende midler for at vise, hvem der er mere end ”bare” venner.

Mere end "bare" venner

Rent diskursivt er der noget, der tyder på, at ordet "ven" tillægges en anden betydning hos unge end den klassiske forståelse. Qua de forskellige datatyper har jeg kunnet konstatere, at unges måde at bruge venskabsbegrebet på adskiller sig fra min egen (jeg er selv 31 år) og ældre generationers. Både i kommunikationen online og i de kvalitative data oplevede jeg, at de personer, jeg ville betegne som "bekendte", svarer til dem, unge kalder "venner". Omvendt omtales dem, jeg betragter som mine gode venner, i unges sprogunivers som "dem, de elsker overalt på jorden". At de unge udtrykker sig på denne måde kan hænge sammen med, at ordet "ven" i kraft af de sociale netværkssidens boomende popularitet er blevet et mere udhulet begreb. At "være venner" klinger lidt hult, fordi man er det på nettet med næsten alle, man kender, hvilket i nogle tilfælde kan være over 100, 200 eller 300 personer. Man kan tale om, at kategorien ven i dag – med de sociale netværkssidens popularitet – er på vej til at blive "the new default mode of social relations" (Boellstorff 2010, 2008). I hvert fald er denne kategori som oftest den eneste, man kan vælge, når man på sociale netværkssider ønsker at danne nye relationer.

Derfor må unge på sociale netværkssider gøre eller sige noget andet eller mere for at signalere, hvem der egentlig er deres nære relationer. Og det kan være grunden til, at de ofte i meget kærlige vendinger omtaler deres venner i profilttekster, brugernavne osv.

"Elsk på jer <3"

Som det også fremgår af ovenstående figur, er hjertesymbolet eller – smileyen (<3) gennemgående i de unges følelseskommunikative handlinger, og det er yderst sjældent, at dette symbol ikke optræder i kommunikationen mellem bedste venner/veninder. Ligeledes er udtrykket "Elsk på", som optræder i det førømtalte brugernavn "elskpaaasigne", et udtryk, jeg jævnligt er stødt på – eksempelvis i forbindelse med, at brugere uploader billeder af deres venner. At skrive "elsk på" er en mere uformel måde at sige "jeg elsker dig" på eller en omskrivning af at "kaste sin kærlighed på". Udtrykket er ikke korrekt dansk, men en speciel sproglig praksisform, der har bredt sig mellem særligt unge mennesker. I det følgende ses en række offentligt tilgængelige statusopdateringer fra Facebook, hvor unge piger har benyttet sig af udtrykket (navnene er fjernet af mig):

”tak for den bedste dag i går & i dag piger :D:D – **elsk på jer** ;*”

”godt at se dig igen [navn] min dejlige pige, [navn] imorgen<3' – glæder mig til Rock Under Broen med de skønneste tvillinger [navn og navn], **elsk på jer!**;*”

”Herre dejlig dag med [navn] ;* **Elsk på** dig smukke (; <3”
(Statusopdateringer på Facebook, 2010)

Selvom ”Elsk på” især bruges i forbindelse med kærlig omtale af venner, har jeg også set unge anvende udtrykket om andre ting, de godt kan lide eller er glade for: eksempelvis ”elsk på det gode vejr” eller ”elsk på weekenden”. Der er tale om en særlig sproglig jargon, som stort set udelukkende bruges af unge, og som især er tydelig i deres internetkommunikation. Man kan tale om, at udtrykket ”Elsk på” – i lighed med hjertesymbolet (<3) – er blevet et ”cultural tool” eller medierende middel, hvorved unge på en nem og uformel måde kan udtrykke følelser. Det sker ofte, at sproglige begreber gennemgår en transformation og dermed får karakter af at være medierende midler, hvilket er resultatet af en længere ”timescale of internalization” (Scollon & Scollon 2004: 165). I dag er det således de færreste unge, som ikke ville kunne forstå, hvad udtrykket ”Elsk på” betyder, idet det er internaliseret i deres sproglige praksis. Hvis vi følger Gees tanker om diskurs med stort D, er det at benytte sig af hjertesymbolet eller udtrykket ”Elsk på” mere end ”bare sprog”. Det handler om at opføre sig, tænke, interagere og tale på den *rigtige* måde med de *rigtige* værktøjer på den *rigtige* tid på det *rigtige* sted (Gee 1999: 17). Sådanne symbolske udtryk eller ”cultural tools” er altså en social accepteret udtryksform hos unge og en del af den overordnede ungdommelige ”Kærlighedsdiskurs” eller følelseskommunikation på sociale netværkssider. Det er en måde at skrive sig ind i et bestemt værdisystem; en bestemt kultur eller samværsform, som adskiller sig fra de voksnes.

Det er ikke kun i brugernavne, profilttekster, statusopdateringer eller i forbindelse med billeder, at det kærlige sprog forefindes. På flere sociale netværkssider har brugerne mulighed for at skrive blog eller dagbog, og her handler en stor del af de indlæg, unge skriver, om hvor meget de holder af deres venner. Frem for at skrive om sig selv, vælger mange unge at skrive indlæg om deres venner – indlæg, der i princippet kunne være placeret hvor som helst på profilerne; det være sig i profilteksterne,

gæstebøgerne eller humør- og statusangivelserne. Således adskiller mange af de blogindlæg, unge skriver på sociale netværkssider, sig fra den gængse brug af personlige blogs blandt særligt voksne brugere (se evt. Lomborg 2009; Sørensen 2009). Det interessante er, at unge på sociale netværkssider anvender alle de tænkelige ressourcer, de har til deres rådighed, til at kommunikere følelser – også ressourcer eller medierende midler, som oprindeligt var tiltænkt noget helt andet.

Alle dem der elsker...

På Facebook, hvor brugerne ikke har en personlig præsentationsforside eller mulighed for at skrive blogindlæg, kode html eller designe profilttekster, optræder følelseskommunikationen også de steder, hvor det er muligt. Ofte er unge kreative, når det kommer til at udnytte de muligheder, de så har til deres rådighed. I nedenstående figur ses et par eksempler, hvor unge har brugt dét sted på Facebook (det åbne tekstfelt under profilbilledet), hvor det er muligt at skrive en personlig tekst, som vil optræde fast på profilen.



Figur 2: Udsnit af unges profiler på Facebook, 2010.

Som det ses, har brugerne her benyttet sig af ”ASCII art”³ for at understrege det følelsesbetonede indhold i teksten. ASCII art optræder yderst sjældent i voksnes profiler, men er normalt at finde blandt unge på sociale netværkssider. Ved at benytte sig af ASCII art kompenserer brugerne for den manglende mulighed for at indsætte billeder eller kode html i den korte præsentationstekst på Facebook-profilen. Samtidig gør de kommunikationen mere spændende og personlig. Dét faktum at profilen ikke skal være ”kedelig”, som flere udtrykker, er et gennemgående træk for unge på tværs af sociale netværkssider. Især på Facebook, der som udgangspunkt har et stramt, professionelt og forholdsvist konservativt design (Klastrup 2009), må de unge være kreative og bruge ekstra ressourcer på at få profilen til at skille sig ud. De unges kreative brug af bl.a. ASCII art medfører ligeledes, at deres profiler adskiller sig væsentligt fra sitets mange voksne brugere.

En anden måde, hvorpå unge er kreative i deres følelseskommunikation på Facebook, er, når de opretter offentlige fan-grupper. Fan-grupperne bruges ofte af virksomheder som en måde at markedsføre produkter eller skabe dialog med kunder eller af kendte mennesker, politikere og andre offentlige personer, som ønsker at have flere end 5000 venner, der er maksimum på en almindelige Facebook-profil.⁴ I løbet af den tid, hvor danske unge begyndte at strømme til Facebook, har jeg ved flere lejligheder oplevet unge oprette fan-grupper til ære for deres venner. Disse grupper benævnes ofte ”Alle dem der elsker [fulde navn]”. Her ændrer brugerne det oprindelige eller intenderede formål med en bestemt funktionalitet på en social netværksside. Blandt de mange eksempler på sådanne grupper, jeg er stødt på, har jeg set grupper med flere hundrede fans, men det mest typiske er, at disse ”Alle dem der elsker...”-grupper har mellem 10 og 30 fans. Der er sjældent megen aktivitet i grupperne. Ofte har skaberen af gruppen skrevet et par indlæg, som opfordrer andre til at blive fan eller melde sig ind i gruppen. Mit indtryk er, at sådanne fan-grupper hurtigt dør ud og forsvinder i mængden af de mange hundrede grupper, som unge ofte er medlemmer af på

³ ASCII art er betegnelsen for animationer eller billeder formet af typografiske symboler (bogstaver, tal eller tegn) på et computerkeyboard (Danet 2001, Wikipedia 2005). ASCII står for ”American Standard Code for Information Interchange”, og den udbredte brug af ASCII art kan spores tilbage bulletin board-systemer sidst i 80’erne og først i 90’erne, hvor computerens begrænsninger gjorde det nødvendigt at kunne bruge tekst til at udtrykke billeder.

⁴ Facebook har dog ændret grupperne, så man ikke længere kan klikke ”Become a fan”, men i stedet ”Like”, som det kendes fra statusopdateringerne.

Facebook. Det at oprette eller melde sig ind i en sådan gruppe er derfor en ”her-og-nu”-erklæring til en ven eller veninde. Ofte skal denne følelseskommunikative praksis ikke tages så seriøst, og der anlægges en vis ironisk distance i fan-grupperne, hvor unge på legende vis eksperimenterer med de muligheder, der er til rådighed. Dette ses også i det faktum, at de i fan-grupperne ofte vælger at angive hinanden som værende eksempelvis modeller eller ”public figures”. Dermed leger de unge med de udtryk, der findes på Facebook og skiller sig på den måde ud fra den (seriøse) ”voksenkultur”, der findes på sitet.

Den bedste besked: ”Jeg elsker dig”

Som nævnt var jeg tidligt i mine observationsstudier opmærksom på den kærlige kommunikationsform. Jeg oplevede dog, at de unge, jeg interviewede, havde svært ved at italesætte denne praksis. Derfor er det relevant at inddrage spørgeskemadataene, hvor de unge er blevet bedt om at give et eksempel på en besked, de har modtaget i deres gæstebog, som de er blevet glade for. I 47,8 % af tilfældene er sådanne beskeder afsendt af modtagerens bedste ven eller veninde, i 23,8 % af en kæreste og i 23,1 % af en anden, som brugerne kender. Kun i 5,2 % af tilfældene kommer de gode beskeder fra en, som brugeren ikke kender. Ikke overraskende indeholder langt de fleste af de beskeder, som respondenterne har udvalgt, ordene ”jeg elsker dig”. Selvom en del af disse beskeder er afsendt af modtagerens kæreste, vil jeg her koncentrere mig om kærlige beskeder, som er sendt mellem bedste venner/veninder. Det er særligt interessant at inddrage de begrundelser, respondenterne har angivet for, at de er blevet glade for netop disse beskeder fra deres venner, idet sådanne svar kan give et indblik i de bevæggrunde, som ligger bag den udbredte følelseskommunikation blandt unge på sociale netværkssider.

De typiske forklaringer på, at respondenterne er blevet glade for ”jeg elsker dig”-beskeder, er, at ”det er rart” eller ”dejligt at få at vide”. I det følgende ses en række karakteristiske eksempler på beskeder, som respondenterne har modtaget samt deres kommentarer hertil. I samtlige eksempler har respondenterne angivet, at beskeden er sendt af ”min bedste ven/veninde”:

”hej skat!. jeg elsker dig. og du er i mine tanker.”

Den var fra min bedste veninde. Blev glad over at hun tænkte på mig.
(13-årig pige)

”Mathias ? du er elsket af alle. og alle kan li dig. gid jeg var som dig ville jeg ønske.”

fordi den gør mig varm indeni den får mig til at føle mig som en alle kan li :D. (15-årig dreng)

”Jeg elsker dig, og jeg holder bare så meget af dig.. <'3”

fordi at så ved jeg at der er nogen der kan lide mig. (14-årig pige)

Det er dog ikke alle følelsesladede beskeder, der er så korte som de, der ses i ovenstående eksempler. Blandt de beskeder, respondenterne har fremhævet i spørgeskemaet, findes der flere meget lange og deskriptive kærlighedserklæringer imellem især pigerne. Deres kommentarer til disse lange beskeder vidner om, at selve længden har en værdi i sig selv. Eksempelvis angiver en 13-årig pige, at hun blev glad for en sådan besked:

”fordi jeg ved hvor meget jeg egentlig betyder for hende, og når man skriver sådan en lang en betyder det noget andet end hvis man bare skriver 'jeg elsker dig' fordi det er så nemt og skrive.” (13-årig pige)

Pigen fremhæver altså, at det har en indholdsmæssig værdi, at afsenderen har skrevet en besked, som skiller sig ud fra beskeder, hvor der ”bare” står ”jeg elsker dig”. At kærlighedserklæringerne ofte ledsages af lange beskrivelser om fælles minder og oplevelser eller mange gentagelser af de store ord, synes at forstærke følelsen af at være af betydning eller accepteret – og dermed også forstærke relationen imellem afsender og modtager.

Det at føle sig accepteret eller værdsat skal ses i lyset af den oplevelse af oprigtighed eller autenticitet, som respondenterne har, når de modtager de søde beskeder. I hvert fald understreger flere, at de *ved*, at afsenderen mener det, hun eller hun skriver. I det følgende ses en række svar på spørgsmålet ”Hvorfor blev du glad for beskeden?”. Jeg har her af pladsmæssige årsager undladt at indsætte selve beskeden før hvert svar, men der er tale om eksempler meget lig de forrige, hvori sætningen ”jeg elsker dig” optræder – enten selvstændigt eller som en del af en længere tekst.

”det betyder meget for mig når nogen siger at de elsker mig og at jeg ved at de mener det.” (15-årig pige)

”Den er fra en ven.. og han mener det godt.” (16-årig dreng)

”det er altid rart at vide at der er nogen der elsker en. Og fordi at jeg ved at vedkommende mener det.” (15-årig pige)

”Fordi jeg kender ham, fordi jeg ved han mener det, og fordi jeg selv holder lige så meget af ham <33” (13-årig pige)

At respondenterne understreger, at de ved, at vennerne ”mener det” kan tolkes på den måde, at de er klar over, at der også eksisterer en mere ”tom” kærlighedsdiskurs mellem venner på nettet, hvor man ikke nødvendigvis mener det, man skriver. Dette peger på et ambivalent forhold til ordene ”jeg elsker dig”. I datamaterialet findes der eksempler på respondenter, som giver udtryk for, at de bliver sure eller irriterede, hvis nogen, som de ikke kender så godt eller ”godt nok”, sender dem kærlige beskeder. Som den 13-årige pige understreger, blev hun glad for beskeden, netop fordi hun kender afsenderen og ”selv holder lige så meget af ham”. Dermed eksisterer der et krav til autenticiteten og ægtheden af kommunikationen samt til de relationer, som benytter sig af den.

”Jeg elsker dig brow” – drengenes brug af følelseskommunikation

Som det har fremgået, er det særligt pigerne, som er aktive i medierede handlinger, hvor der kommunikeres følelser. I løbet af de fem år, hvor jeg har fungeret som deltagende observatør på forskellige sociale netværkssider, er der dog sket en interessant udvikling i brugen af følelseskommunikationen. Hvor det i starten (i 2005) stort set udelukkende var en praksis, jeg kunne observere blandt pigerne, oplevede jeg i de efterfølgende år, at også drengene begyndte at skrive kærlige beskeder til hinanden. I dag er det ikke usædvanligt, at sætningen ”Jeg elsker dig” optræder i offentlige kommunikationssituationer mellem drenge på sociale netværkssider. Undersøgelser af bl.a. unges SMS-brug har tidligere påpeget, at piger (her 14–18-årige) er mere tilbøjelige til at udvise ”socio-emotional orientations” og skrive længere og mere omsorgsfulde beskeder end drenge (Höflich & Rössler 2002). På baggrund af mine data (især screenshots og spørgeskemadata) vil jeg vurdere, at dette også er tilfældet på sociale netværkssider, men at skrive følelsesladede beskeder til

hinanden er dog ikke en praksis, som udelukkende kan knyttes sammen med pigeadfærd.

En gennemgang af drengenes svar på spørgsmålet om foretrukne beskeder viser, at følelsesbetonede beskeder som ”Jeg elsker dig <33”, ”ElskerDigMinBedsteven <3” eller ”Du er min bedste ven. <3” også er blandt drengenes favoritbeskeder. Disse beskeder kommer oftest fra kærester samt bedste venner eller veninder. Drengene giver i lighed med pigerne udtryk for, at det er rart, eller at de bliver glade for at modtage sådanne beskeder – om end nogle af dem benytter sig af den venskabelige Kærlighedsdiskurs med en vis ironisk distance. I det følgende ses et par eksempler fra drenge, hvor den kærlige besked fra en ven af samme køn optræder efterfulgt af respondentens kommentar til beskeden:

”Jeg elsker dig brow <3”

Fordi at min kærlighed til min bedste ven er gensidigt. (15-årig dreng)

”hej homie . Glæder mig til vi ses igen”

jamen, da rart at vide at ens venner synes man er god at være sammen med. (16-årig dreng)

”Lalala Dette er en taabelig tekst hvor der staar en masse Smarte ting om Moss og om hvor Sej han er og hvor meget jeg holder af ham og det er livsnoedvendigt for vores forhold at det kommer til at staa paa arto for ellers kan hele verden gaa under” Moss savner dig! Hilsen Harper (Du kan lige vove paa at slette den her besked)”

Fordi min bedste ven er i USA i år. Så jeg savner ham. Derfor er det rart at få sådanne beskeder fra ham. (17-årig dreng)

I det sidste eksempel, hvor en 17-årig dreng har fået en besked fra en ven, som er i USA, ses en ironisk distance, idet afsenderen gør grin med den kærlige kommunikationsform. Selvom den ironiske distance er at finde i selve beskeden, er indholdet stadig positivt, og den 17-årige modtager udtrykker, at ”det rart at få sådanne beskeder”. Der er altså tale om en praksis lig pigernes, men drengene er mere bevidste om, at deres kommunikation ikke skal ligne pigernes.

At drenge til tider benytter sig af en ironisk distance i forbindelse med følelseskommunikative handlinger, kan tolkes som en måde at bryde med og skille sig ud fra den romantiske og storladne form, der ofte er at finde i pigernes sprog. Dette bakkes op af det faktum, at drengene ofte bruger

slangudtryk fra amerikansk rapkultur i forbindelse med de søde beskeder. Således kalder drengene hinanden for ”brow” (en forkortelse for brother) eller ”homie” (en forkortelse for homeboy); udtryk, jeg jævnligt er stødt på i særligt drengenes kommunikation på sociale netværkssider. Sådanne slangudtryk bruges da også normalt af drenge som en måde at signalere sejhed på (Jørgensen & Quist 2008: 93–98), og når de sættes sammen med ordene ”jeg elsker dig”, er de med til at nedtone den romantiske tone. Hos pigerne bruges udtryk som ”skat”, ”honey”, ”baby” eller ”prinsesse” omvendt som en måde at forstærke det romantiske indhold på, hvilket er endnu en grund til, at drengene må akkompagnere de kærlige erklæringer med andre – og mere maskuline – udtryk. Ligeledes har jeg oplevet drenge citere fra sangtekster, og i spørgeskemasvarene er der flere eksempler på referencer til populærmusik. At benytte sig af sangtekster som en del af den følelseskommunikative praksis er endnu en måde at distancere sig eller tage seriøsiteten ud af indholdet på. Når brugerne i sådanne tilfælde ”låner” stemmer fra andre eller mimer følelsesmæssige udtryk, får de viderebragt en sød besked, samtidig med at de undgår at sætte sig selv på spil. Som Bakhtin ville påpege, er alle ord, vi ytrer, ”half someone else’s” (Bakhtin 1981: 293), men de bliver også halvt vores egne, idet vi bruger dem med vores egen accent og selv vælger, hvornår og i hvilken sammenhæng, vi låner dem (Jones & Norris 2005). Således står det klart, at drenge såvel som piger har et behov for at kommunikere følelser og dermed blive bekræftet af vennerne på sociale netværkssider, om end denne praksis udfolder sig forskelligt kønnene imellem.

Overfladisk eller værdifuldt – hvad betyder ”Jeg elsker dig”?

At drenge, som sender kærlige beskeder til deres venner af samme køn, bruger ironi, amerikanske slangudtryk fra rapkulturen eller på andre måder nedtoner det kærlige indhold, kan også hænge sammen med, at der blandt brugerne selv generelt synes at være større forståelse for den følelseskommunikative praksis, når den udføres af piger. Det er særligt i de sociale netværkssidens debatfora, at jeg er stødt på denne holdning. Her diskutere brugerne selv den udbredte følelseskommunikation flittigt. Nogle mener, at det er ok, at drenge gør brug af den, mens andre (især drenge) mener, at det er ”klamt” eller ligefrem ”bøsset”.

Det faktum, at brugerne selv tager den venskabelige Kærlighedsdiskurs op som et emne til debat, peger på, at kommunikationen vitterligt har rykket sig, og at drengene *er* blevet påvirket af pigernes brug af følelseskommunikation; en pointe, der giver god mening

med tanke på, at diskurser (med stort D) altid er under forandring, og at grænserne herfor udfordres (Gee 1999). På trods af det hersker der inden for den overordnede venskabelige Kærlighedsdiskurs stadig modstridende holdninger om, hvad der betragtes som acceptabel opførsel inden for feltet. Dermed er vi ovre i en diskussion, som handler om, hvad det egentlig vil sige at kommunikere følelser og skrive ”jeg elsker dig” til hinanden på sociale netværkssider.

Det er nemlig ikke samtlige unge brugere af sociale netværkssider, som har taget Kærlighedsdiskursen til sig. Det er tydeligt, at de unge godt selv er klar over, at en sådan overordnet diskurs er til stede på sociale netværkssider, men der er forskellige holdninger til at benytte sig af den. Selvom spørgeskemadataene afslører, at det er en praksis, som er meget udbredt, findes der eksempler på unge, som mener, at det er alt for overfladisk eller overdrevet at skrive ”jeg elsker dig” til venner og veninder på sociale netværkssider, og at ordene ofte bliver misbrugt. I lighed hermed er jeg stødt på unge, som giver udtryk for, at ”jeg elsker dig” er blevet ”en kliché” eller ”en slags slang”. De peger altså på, at den danske vending måske har gennemgået samme transformation som det amerikanske udtryk ”I love you”.

I forlængelse heraf er det interessant, at respondenterne også giver udtryk for, at de overvejer deres brug af ”jeg elsker dig” og indimellem ændrer adfærd i forhold til følelseskommunikationen, som det ses i følgende udtalelser fra to 13-årige piger:

”jeg passer lidt på med at sige det; men nogle .., faktisk ret mange, tror jeg bliver måske presset til det, fordi deres ven, veninde, [...]; skriver det til dem, og så er de måske bange for at miste personen, fordi man ikke skriver det samme tilbage, det har jeg i hvert fald prøvet et par gange. Jeg ved jeg har misbrugt det. men prøver at rette op på det nu. jeg passer også på med at sige det til url⁵ venner, fordi jeg synes ikke man kan elske en man ikke har mødt. her på profilerne på arto, ser jeg faktisk også nogen piger, som ikke har skrevet sammen i mere end 2–3 uger, som allerede elsker hinanden.” (13-årig pige i debatsektionen på Arto)

⁵ Med url venner menes der venner, man kun kender fra internettet i modsætning til irl venner (in real life).

”Jeg har haft en periode hvor jeg overhovedt ikke tog den sætning seriøs! Det fortryder jeg rigtig meget!...” (13-årig pige i debatsektionen på Arto)

I disse kommentarer ses kravet om, at hvis man skriver ”jeg elsker dig”, skal man mene det. Således er det måske i virkeligheden ikke den følelseskommunikative praksis, nogle brugere tager afstand fra, men nærmere en tom eller indholdsløs kærlighedsdiskurs, som ifølge flere huserer på især Arto. Som en 16-årig pige påpeger, virker det til, at der på Arto eksisterer et implicit krav om, at man *skal* have kærlige beskeder i sin gæstebog:

”[...] mange når jeg kigger har kærlighedsbeskeder i deres gæstebog, tror det især bliver misbrugt her på arto mere end msn&mobil, for man skal jo have kærlighedsbeskeder i gæstebogen ? hehe :-)”
(16-årig pige i debatsektionen på Arto)

Dette kan være grunden til, at flere respondenter i spørgeskemasvarene understreger, at de ”VED”, at afsenderen har ment det, vedkommende har skrevet til dem på deres profil. På den måde fraskriver de sig den indholdsløse kærlighedsdiskurs – som måske præger *andre* brugeres kommunikation på sociale netværkssider – og understreger, at der for deres eget vedkommende er tale om meningsfulde handlinger. Brugerne må således balancere inden for et skisma imellem det overfladiske og det værdifulde, når de modtager og sender kærlige beskeder til hinanden; en balancegang, der også afspejles i deres italesættelser. At nogle ligefrem anvender ordet ”misbrug” om sætningen ”jeg elsker dig” er i sig selv interessant og peger på, at der blandt unge på sociale netværkssider eksisterer en selvjustits i forhold til korrekt opførsel, som jeg har påpeget andetsteds (f.eks. Larsen 2005, 2007b).

Ungdommelige følelser i offentlige rum

Fælles ved alle de forskellige eksempler, hvor følelseskommunikationen tages i brug, er, at de ofte er offentligt tilgængelige inden for de pågældende sociale netværkssider, og at der er tale om en indirekte eller asynkron kommunikationsform. Dette er en væsentlig pointe, som siger noget om, hvordan sociale netværkssider fungerer som et bestemt ”socialt rum”, hvor en sådan følelseskommunikation er tilladt. Som jeg har talt med respondenter om, er det sjældent, at de siger ”Jeg elsker dig” eller

lignende til hinanden, når de er sammen ansigt til ansigt, og mit indtryk er også, at det er sjældent, at de skriver sådanne ting til hinanden over SMS eller i chatsamtaler. Her ville det næsten være for intimt at benytte sig af disse ord, men i de offentlige rum, som sociale netværkssider udgør, er det noget andet. Der er således noget der tyder på, at det at sige ”jeg elsker dig” har en anden betydning på sociale netværkssider end i andre kommunikationssituationer, hvor kommunikationen er mere privat – som f.eks. i ansigt til ansigt-kommunikation.

Når unge anvender brugernavne, personlige profil- eller præsentationstekster, billedkommentarer, statusopdateringer, blog-indlæg eller offentlige fan-grupper til at udsende kærlige beskeder om (og til) venner og veninder, er der tale om offentlige erklæringer, som i flere tilfælde har karakter af at være enten envejskommunikation eller massekommunikation. Således kan man argumentere for, at unges brug af følelseskommunikation på sociale netværkssider oftere foregår ”frontstage” end ”backstage”, for nu at bruge Goffmans (1959) teatermetafor. Når noget foregår frontstage, er de interagerende parter klar over, at deres handlinger kan iagttages, imens backstage er kendetegnet ved at være ”baglokalet”, hvor man kan slappe af og give slip på facaden (Goffman 1959: 96–97). Hos Goffman forstås ”front” altså som det element af selvfremstillingen, hvor man er ”på” og opfører sig på en bestemt måde, fordi man er bevidst om, at der er ”publikum” til stede. På en social netværksside er de observerende ikke kun den enkelte brugers kontakter på vennelisten, men også de øvrige brugere af siden.⁶

Vennerne som medierende midler

At unge på sociale netværkssider oftest gør brug af de følelseskommunikative handlinger ”i frontstage” eller offentlige rum, hvor deres kommunikation er synlig for andre, peger på, at Kærlighedsdiskursen ikke kun fungerer på en venskabsvedligeholdende og bekræftende måde. Flere af de handlinger, de unge udfører, når de benytter sig af Kærlighedsdiskursen, kan relateres til den måde, hvorpå de konstruerer deres identitet. Således er det bemærkelsesværdigt, at brugerne også anvender de beskeder, de selv har modtaget fra deres venner som en del af deres egen selvfremstilling. Eksempelvis sker det, at en profilejer

⁶ Med undtagelse af Facebook, hvor det er muligt at have en profil, som kun kan ses af Facebook-venner. Som standard-indstilling er alle profiler dog åbne, og det er op til brugeren selv at ændre sine privacy-settings.

selv sletter de lidt kedelige eller indholdsløse beskeder fra sin gæstebog (à la ”Hvad laver du?” eller ”Kiggede forbi”) og bevidst efterlader de positive kærlighedserklæringer til offentligt skue. I forlængelse heraf har jeg set eksempler på, at brugere i deres billedgallerier har indsat screenshots af søde beskeder, de har modtaget i deres gæstebøger. Således bliver venners beskeder – mere eller mindre bevidst – en del af den enkelte brugers egen ”performance”, og vennernes gensidige lovprisninger eller kærlighedserklæringer er med til udadtil at tegne et flatterende billede af profilejeren.

Det samme er tilfældet, når en bruger overlader (dele af) sin profil til venner, som får mulighed for at kommentere og beskrive vedkommende, som de ønsker – en praksis, der blev meget populær i løbet af den periode, jeg foretog observationer. I nedenstående figur ses tre eksempler på profilttekster, hvor indholdet er skrevet af andre end profilejeren selv.



Figur 3: Tre profilttekster fra Arto, alle forfattet af andre end brugerne selv, 2005 og 2008.

I første eksempel ses forsiden af en 14-årig drengs profilttekst, som han selv har inddelt i yderligere fem undermenuer, hvoraf de fire er forbeholdt venners beskrivelser. Andet screenshot er et eksempel på, at en 14-årig pige har ladet en veninde skrive og designe forsiden af sin profilttekst, og som det fremgår, bruger veninden forsideteksten, som om den var gæstebog, idet hun skriver direkte til – og ikke om – pigen. Det sidste

screenshot viser, hvordan en profilejer selv har oprettet et menupunkt, hvor hun har indsat en række ”Hilsner fra dem der betyder noget”. I dette tilfælde har pigen bedt et antal udvalgte venner skrive tekster, som hun kunne indsætte på siden. Fælles for alle eksemplerne er, at brugerne ”hjælper” hinanden med at få skabt en ønskværdig online-identitet, og det er selvsagt en usagt regel, at man beskriver hinanden positivt. Som afsenderen skriver afslutningsvist i den meget flatterende tekst i det tredje eksempel: ”Jeg håber desuden du kan li' din profilttekst, ellers må du jo klage (;”. På den måde fungerer vennerne (og deres rosende ord) som medierende midler i de unges selvfremstilling på nettet (Larsen 2005, 2007a, 2007c). De unge brugere anvender bevidst og strategisk vennernes kærlige beskeder og beskrivelser til både at få og give en forståelse af sig selv. Hvis vi vender tilbage til Goffmans teatermetafor, er det bemærkelsesværdigt, at skellet mellem, hvem der er optrædende, og hvem der er iagttagere, er sløret. Brugere er i stedet medkonstruktører af hinandens identitet i det sociale rum, som sociale netværkssider udgør for unge mennesker (Larsen 2005, 2007a, 2007c).

Opsamling: En ”open source” netværksidentitet

Ovenstående analyse er et eksempel på, hvordan socialitet og identitet fungerer i netværkssamfundet (Castells 2001, 2010) i dag. At unge på sociale netværkssider bruger vennerne som medierende midler og er medkonstruktører af hinandens identitet, understreger den dobbelttydighed, der er indlejret i begrebet om ”netværksindividualisme” (Castells 2001, Wellman 2002); at sociale aktører på den ene side gennemgår en forstærket personalisering og individualisering, imens de på den anden side bliver mere og mere forbundne til og gensidigt afhængige af hinanden. Jeg vil argumentere for, at unge på sociale netværkssider udvikler en slags ”open source” netværksidentitet (som også fremhævet i (Ryberg & Larsen 2008)). Betegnelsen ”open source” bruges ofte inden for software-udvikling om åbne formater, som alle andre kan videreudvikle.

Forestillingen om, at unge har en ’open source’ netværksidentitet kan være med til at forklare, hvorfor venskaber er så vigtige for unge mennesker i dag; hvorfor de konstant skal vedligeholdes via forskellige teknologiske hjælpemidler, og hvorfor det er så udbredt at omtale vennerne i meget følelsesladede vendinger de steder på nettet, hvor man

kan komme af sted med det. Den enkelte bruger er simpelthen afhængig af sine venner som en del af sin egen relationelle netværksidentitet. Hvis vi følger denne tese, er det ikke svært at forstå, hvorfor ”Jeg elsker dig”-beskeder er i så høj kurs hos mange unge. Selvom de selv sætter spørgsmålstegn ved den udprægede Kærlighedsdiskurs og diskuterer, hvorvidt den er overfladisk, ”for meget” eller klicheagtigt, er de følelseskommunikative handlinger alligevel en del af deres habitus, som er knyttet sammen med deres netværksidentitet. De unge er godt selv er klar over, hvad de sætter på spil ved at lade ”kildekoden” være åbent tilgængelig. Som en 12-årig dreng skrev i forbindelse med en negativ kommentar på et billede, har han ”jo ligesom selv sat billedet ind og dermed selv bedt om at få det kommenteret...”. En ’open source’ netværksidentitet er således ikke én, man kan være 100 % herre over, hvorfor gode forbindelser til vennerne og en flatterende profil med positive tilkendegivelser bliver vigtige elementer i identitetsdannelsen på nettet.

Referencer

- Bakhtin, M.M. 1981. Discourse in the novel. I: M. Holquist, red. *The Dialogic Imagination*. Austin, Texas: University of Texas Press.
- Bijker, W.E. 1995. *Of Bicycles, Bakelites, and Bulbs: Toward a Theory of Sociotechnical Change*. Cambridge: The MIT Press.
- Boellstorff, T. 2008. *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Boellstorff, T. 2010. Virtual worlds, culture, and change – with Doug Thompson and Tom Boellstorff. I: *The 3rd Annual Virtual Worlds Best Practices in Education Conference*. Tilgængelig på: <http://business.treet.tv/shows/bpeducation/episodes/tomboellstorff>.
- boyd, danah & Ellison, N.B. 2007. Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1): 210–230.
- Castells, M. 2001. *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*. Oxford University Press.
- Castells, M. 2010. *The Rise of the Network Society*. Chichester, West Sussex: Wiley-Blackwell.
- Danet, B., 2001. *Cyberpl@y: Communicating online*. Oxford: Berg.
- Eurobarometer, 2007. *Safer Internet for Children, Qualitative Study in 29 European Countries, National Analysis: Denmark*, Hellerup: European Commission, Directorate-General Information Society and Media.
Tilgængelig på: http://andk.medieraadet.dk/upload/denmark_report.pdf.
- Gee, J.P. 1999. *An Introduction to Discourse Analysis: Theory and Method*. London: Routledge.
- Gibbs, G.R. 2002. *Qualitative Data Analysis: Explorations with NVivo*. Buckingham: Open University Press.

- Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth: Penguin.
- Hine, C. 1998. Virtual ethnography. I: *IRISS '98: Conference Papers*. Tilgængelig på: <http://www.intute.ac.uk/socialsciences/archive/iriss/papers/paper16.htm>.
- Hine, C. 2000. *Virtual Ethnography*. London: Sage Publications.
- Höflich, J. & Rössler, P. 2002. More than just a telephone: the mobile phone and use of the short message service (SMS) by German adolescents: results of a pilot study. I: *Estudios de Juventud 57*. Madrid: Instituto de la Juventud Redacción Consejería Técnica de Planificación y Evaluación Servicio de Estudios y Documentación: 79–100.
- Jones, R.H. & Norris, S. 2005. Discourse as action/discourse in action. I: S. Norris & R. H. Jones, red. *Discourse in Action. Introducing Mediated Discourse Analysis*. London: Routledge: 3–14.
- Jørgensen, J.N. & Quist, P. 2008. *Unge sprog*. København: Hans Reitzel.
- Klastrup, L. 2009. Facebook. Hvor længe fortsætter succesen? *Politiken*. Tilgængelig på: <http://politiken.dk/debat/analyse/article650223.ece>.
- Larsen, M.C. 2005. Ungdom, venskab og identitet – en etnografisk undersøgelse af unges brug af hjemmesiden Arto. Upubliceret specialeafhandling. Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet.
Tilgængelig:
http://www.ell.aau.dk/fileadmin/user_upload/documents/staff/Malene_Larsen_-_Documents/Ungdom_venskab_og_identitet_Malene_Charlotte_Larsen.pdf.
- Larsen, M.C. 2007a. Kærlighed og venskab på Arto.dk. *Ungdomsforskning* 6(1): 11.
- Larsen, M.C. 2007b. Til kamp mod ”fakernerne” – om oprigtighed og sikker chat på Arto. *Månedsmagasinet Skolen*, (5).
Tilgængelig:
http://www.ell.aau.dk/fileadmin/user_upload/documents/staff/Malene_Larsen_-_Documents/Til_kamp_mod_fakernerne.pdf.
- Larsen, M.C. 2007c. Understanding social networking: On young people’s construction and co-construction of identity online. I: *Proceedings From the Conference Internet Research 8.0: Let’s Play, Association of Internet Researchers, Vancouver*. Association of Internet Researchers.
- Larsen, M.C. 2009. Sociale netværkssider og digital ungdomskultur: Når unge praktiserer venskab på nettet. *MedieKultur* 47: 45–65.
- Larsen, M.C. 2010. *Unge og online sociale netværk – En neksusanalytisk undersøgelse af medierede handlinger og offentlige diskurser*. Ph.d.-afhandling. Institut for Kommunikation: Aalborg Universitet. Tilgængelig på: http://malenel.files.wordpress.com/2010/09/ph-d-afhandling_malene-charlotte-larsen.pdf.
- Larsen, M.C. 2011. Når dataindsamlingen går online: Udfordringer for den kvalitative internetforsker. I: Hviid Jacobsen, M. & Qvotrup Jensen, S., red. *Kvalitative udfordringer*. Hans Reitzels Forlag.
- Leander, K.M. & McKim, K.K. 2003. Tracing the everyday ”sittings” of adolescents on the Internet: a strategic adaptation of ethnography across online and offline spaces. *Education, Communication & Information* 3(2): 211–240.
- Lomborg, S. 2009. Navigating the blogosphere: Towards a genre-based typology of weblogs. *First Monday; Volume 14, Number 5–4 May 2009*.
Tilgængelig:
<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/2329/2178>.

- Rattleff, P. & Tønnesen, P.H. 2007. *Børn og unges brug af internettet i fritiden*. København: Danmarks Pædagogiske Universitetsskole, Aarhus Universitet, Medierådet for Børn og Unge. Tilgængelig på: <http://andk.medieraadet.dk/upload/brugafinternettetrapport.pdf>.
- Ryberg, T. & Larsen, M.C. 2008. Networked identities: Understanding relations between strong and weak ties in networked environments. *Journal of Computer Assisted Learning* 24(2): 103–115.
- Scollon, R. 2001. Action and text: Towards an integrated understanding of the place of text in social (inter)action, mediated discourse analysis and the problem of social action. I R. Wodak & M. Meyer, red. *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage Publications: 139–183.
- Scollon, R. & Scollon, S.W. 2004. *Nexus Analysis: Discourse and the Emerging Internet*. London; New York: Routledge.
- Spradley, J.P. 1980. *Participant Observation*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Sørensen, A.S. 2009. Social media and personal blogging: Textures, routes and patterns. *Mediekultur. Journal of Media and Communication Research; No 47: Online worlds as media and communication format*.
Tilgængelig på: <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/1698>.
- Wellman, B. 2002. Little boxes, glocalization, and networked individualism. I: M. Tanabe, P. V. Besselaar, & T. Ishida, red. *Revised Papers From the Second Kyoto Workshop on Digital Cities II, Computational and Sociological Approaches (October 18–20, 2001)*. Lecture Notes In Computer Science, vol. 2362. London: Springer-Verlag: 10–25.
- Welsh, E. 2002. Dealing with data: Using NVivo in the qualitative data analysis process. *Forum: Qualitative Social Research*, 3(2). Tilgængelig på: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/865/1880>.
- Wikipedia. 2005. ASCII art. *Wikipedia, den frie encyklopædi*. Tilgængelig på: http://en.wikipedia.org/wiki/Ascii_art.

Malene Charlotte Larsen,
Institut for Kommunikation på Aalborg Universitet
Nyhavnsgade 14, Friis, rum 3.24
DK-9000 Aalborg, Danmark
e-mail: malenel@hum.aau.dk