



**"VORES SAMTALER ER RIMELIG  
WHOLESOME NOGLE GANGE:)))"**

**EN UNDERSØGELSE AF UNGES BRUG AF ENGELSK I  
ONLINE INTERAKTION PÅ MESSENGER OG INSTAGRAM**

**AF EMMA THORSEN**



**KØBENHAVNERSTUDIER I  
TOSPROGETHED**

**KØBENHAVNS UNIVERSITET  
HUMANISTISK FAKULTET  
2024**

**BIND  
86**

**”VORES SAMTALER ER RIMELIG  
WHOLESOME NOGLE GANGE  
:)))”**

En undersøgelse af unges brug af engelsk i online  
interaktion  
på Messenger og Instagram

Emma Thorsen

Københavnstudier i tosprogethed bind 86  
Københavns Universitet  
Det Humanistiske Fakultet  
København 2024

Copyright 2024: Emma Thorsen

"VORES SAMTALER ER RIMELIG WHOLESOME NOGLE GANGE :)))" En undersøgelse af unges brug af engelsk i online interaktion på Messenger og Instagram

Københavnstudier i tosprogethed bind 86

ISBN: 978-87-93510-07-4

ISSN: 0901-9731

Københavnstudier i tosprogethed udgives af Københavns Universitets Humanistiske Fakultet.

Redaktion:

Juni Söderberg Arnfast, Center for Dansk som Andet- og Fremmedsprog, Københavns Universitet

Anne Holmen, Center for Internationalisering og Parallelsproglighed, Københavns Universitet

Marta Kirilova, Center for Dansk som Andet- og Fremmedsprog, Københavns Universitet

Janus Spindler Møller, Center for Sociolingvistiske Sprogforandrings-studier, Københavns Universitet

Jakob Steensig, Lingvistik, Aarhus Universitet

Redaktion af dette bind: Janus Spindler Møller

## INDHOLDSFORTEGNELSE

1	INDLEDNING.....	4
2	DATA OG METODE.....	8
	2.1 Databehandling.....	8
	2.2 Analytiske tilgange.....	12
	2.3 Ethiske overvejelser.....	13
3	TEORI.....	13
	3.1 Undersøgels placering i feltet.....	13
	3.2 Engelsk i dansk.....	14
	3.2.1 Hvad er engelsk?.....	16
	3.2.2 Danske unges brug af engelsk.....	18
	3.3 Sprog og digitale medier.....	20
	3.3.1 Messenger.....	24
	3.3.2 Instagram.....	25
	3.4 Sprog og normer.....	27
	3.4.1 Kodeskift og polymedia.....	29
	3.5 Sprog og (ungdoms)identitet.....	30
4	ANALYSE.....	36
	4.1 Brug af engelsk på de sociale medier.....	36
	4.2 Privat interaktion på Messenger.....	37
	4.3 Semioffentlig interaktion på Instagram.....	54
	4.3.1 Citater.....	56
	4.3.2 Hashtags.....	67
	4.3.3 Positiv respons og evalueringer i kommentar- sporet.....	72
	4.4 Forskelle og ligheder i brugen af engelsk på Messenger og Instagram.....	78
5	KONKLUSION.....	83
6	REFERENCER.....	88
	6.1 Litteratur.....	88
	6.2 Internetkilder.....	93
7	BILAG.....	95
	7.1 Kodningsmanual.....	95

## INDLEDNING

Vores samtaler er rimelig wholesome nogle gange :)))

true

but you know life

Dette uddrag er fra en korrespondance på det sociale medie Messenger mellem to af denne undersøgelses deltagere. Deltagerne, Louise og Kasper, anvender i denne korrespondance både ord, der kan associeres med dansk og ord, der kan associeres med engelsk. Uddraget illustrerer, hvordan engelsk indgår som en sproglig ressource (både i form af enkelte ord og hele sætninger) i de unges online korrespondancer. Ydermere viser uddraget, hvordan de unge tilsyneladende uproblematisk og umarkeret blander sproglige ressourcer associeret med forskellige nationalsprog – i dette tilfælde dansk og engelsk. At engelsk er en mulig sproglig ressource er imidlertid ikke noget nyt fænomen. I løbet af de seneste 50 år har det mest fremherskende sprog i Danmark ud over dansk nemlig været engelsk (Lønsmann et al. 2022), og gennem de seneste mange år har det engelske sprogs status i Danmark da også vokset støt. Da Preisler (1999) udkom med den første danske forskning om netop engelsk i Danmark, var det ikke alle de adspurgte, der selv anvendte engelsk eller stødte på det i deres hverdag. Siden da har globaliseringen betydet en markant ændring i dette, og i dag er billedet et væsentligt andet (Lønsmann et al. 2022). En af de ting, der blandt andet har ændret sig siden Preislers undersøgelse, er tilkomsten af sociale medier og digital hverdagsinteraktion, som også har været en af drivkræfterne i forhold til de globaliseringsprocesser, vi har været vidne til i løbet af de seneste årtier (Vertovec 2007). Preisler pegede dengang på, at brugen af engelsk i Danmark blandt andet

skyldtes sprogets høje status blandt danskerne (Preisler 1999). Jeg vil i afhandlingen blandt andet undersøge nærmere, om dette også kan siges at gøre sig gældende blandt de unge deltagere i dag, når jeg ser på deres brug af engelsk i online interaktion.

Det er interessant at undersøge danske unges sprogbrug på de sociale medier, fordi de i dag bruger mange af deres vågne timer i den digitale verden fx med deres smartphone i hånden. Derfor er det også en oplagt arena at undersøge deres faktiske sprogbrug og brug af engelsk i, for ifølge Danmarks Statistik (2020) har 99 % af unge mellem 12 og 18 år en profil på mindst ét socialt medie, og i gennemsnit har den danske befolkning en profil på fire sociale medier. Det er altså nødvendigt også at undersøge de unges online interaktion, hvis man vil se nærmere på de unges sprogbrug og derunder deres brug af engelsk. Derudover er det en genre, der kan være svær at undersøge, idet det kræver adgang til de unges allerhelligste – deres online samtaler med vennerne. I denne undersøgelse fokuserer jeg på online sprogbrug, hvorfor undersøgelsen på denne måde fungerer som et væsentligt supplement til studier af brugen af engelsk i offline sammenhænge (Jarvad 2001, Andersen 2004). På de to sociale medier, Messenger og Instagram, som i afhandlingen er i fokus, gælder der forskellige grader af offentlig tilgængelighed, hvorfor der også er forskelle i brugen af de to medier. Messenger kategoriseres her som et privat socialt medie, hvor man kender dem, man chatter med, hvorimod Instagram kategoriseres som et semioffentligt socialt medie, hvor flere brugere har adgang til det indhold, man publicerer på sin profil.

Stigningen i danskernes brug af engelsk har i mange år været omdiskuteret (Jarvad 2001). I den offentlige debat har den kritiske diskurs længe været, at engelsk truer det danske sprog, og at dansk risikerer at blive udkonkurreret inden for forskellige domæner (se fx Falkendorf 2021). Omvendt optræder også den positive diskurs, der omhandler, at det danske sprog skal udvikle sig i en naturlig og ukontrollerbar retning, også selvom det betyder, at der vil indgå flere

engelske ord. Denne diskussion kan beskrives med begrebet "domænetab", som er et begreb introduceret af den amerikanske sociolingvist Joshua Fishman (1965). I 1989 introduceredes vi herhjemme for domænetabsproblematikken af sprogforsker Jørn Lund, hvor debatten omhandlede netop det forhold, at nogle sprog – som især engelsk – var dominerende på visse domæner og dermed udgjorde en potentiel risiko for, at fx engelsk ville udkonkurrere det danske sprog (Jarvad 2001, 31). I dag er Thomas Hestbæk Andersen, direktør for Dansk Sprognævn, blandt dem, der mener, at vi bør være opmærksomme på, hvor meget engelsk kommer til at influere dansk sprog (Dannemand 2018). Han ser ikke engelsk som en trussel, men mener blot, at vi som sprogbrugere bør være opmærksomme på vores sprogbrug, og han forklarer desuden, hvordan både emojis og brugen af billedbårne sociale medier (som fx Instagram) har en indflydelse på danskernes sprogbrug. Blandt dem i debatten, der ikke finder engelsk indflydelse på det danske sprog positiv, findes der altså en frygt for, at vi med accepten af engelsk risikerer, ikke at kunne bevare det danske sprog. Derimod mener den anden fløj, at udviklingen og inddragelsen af sprog, som fx engelsk, er spændende og "en berigelse af et lille sprogområde" (Jarvad 2001, 73).

Denne debat er interessant, fordi datamaterialet i min afhandling viser, hvordan de unge gymnasieelever i høj grad benytter sig af engelsk – og dermed tilsyneladende ikke bekymrer sig om den stigende mængde af engelsk i dansk. Det er i hvert tilfælde ikke en bekymring, der afspejler sig i deres sprogbrug, som vi også så i det indledende uddrag. På trods af den fortsat igangværende debat om domænetab, er det måske mere interessant at finde ud af, hvad der kendetegner unges brug af engelsk i deres hverdag og herunder særligt i deres online interaktioner, da dette ikke er belyst i tidligere forskning. På denne måde vil min afhandling bidrage med nye indsigter om et emne, der har været omdrejningspunkt for både offentlig og akademisk debat i mange år.

Dette leder mig frem til følgende forskningsspørgsmål:

*Hvordan anvender unge gymnasieelever engelske ord og udtryk i digitalt medieret interaktion med deres venner på Messenger og Instagram?*

Herunder vil jeg særligt fokusere på:

1. Hvilke kommunikative funktioner har engelske ord og udtryk i de unges online interaktion, og hvordan indgår engelsk som ressource i de unges identitetsarbejde?
2. Hvilke forskelle er der på brugen af engelske ord og udtryk hos de unge på tværs af private og semioffentlige sociale medier som Messenger og Instagram?

Foruden dette indledende kapitel indeholder afhandlingen 4 kapitler. I kapitel 2 introducerer jeg forskningsprojektet "SoMeFamily" og redegør for de data, jeg anvender i mine analyser samt de metodiske overvejelser, jeg har gjort mig i forbindelse med databehandlingen. I kapitel 3 præsenterer jeg afhandlingens teoretiske afsæt, der ligger til grund for de efterfølgende analyser, for at kunne besvare forskningsspørgsmålene. I dette kapitel præsenterer jeg desuden, hvordan denne undersøgelse placerer sig i feltet blandt den øvrige forskning på området, der omhandler brugen af engelsk i Danmark (og i interaktionelle praksisser). Kapitel 4 udgør afhandlingens analyser, hvor jeg ser nærmere på de unges brug af engelsk på henholdsvis Messenger og Instagram. I forlængelse heraf diskuterer jeg analysernes fund. Herefter følger den afsluttende og konkluderende del i kapitel 5, hvor jeg foruden at præsentere afhandlingens resultater ser undersøgelsen i et bredere samfundsmæssigt perspektiv og præsenterer, hvordan undersøgelsen kan bidrage til den allerede eksisterende forskning på området. Afslutningsvis har jeg vedhæftet kodningsmanualen fra databehandlingen som bilag.



## **2 DATA OG METODE**

Datamaterialet, der ligger til grund for afhandlingen, er indsamlet i forbindelse med forskningsprojektet "SoMeFamily" (Sprog og Sociale Medier i Familien) i 2018-2019 og har haft til formål at undersøge, "hvilke sociale og kommunikative funktioner sociale medier udfylder i familien" (Hansen & Stæhr 2021, 122). Fælles for disse familier var, at de inkluderede unge fra det samme gymnasium. I 3 måneder foretog forskerholdet etnografisk feltarbejde i to gymnasieklasser på et gymnasium i København i undervisningen og i frikvartererne, og forskerne inviterede desuden eleverne til at foretage selvoptagelser i forskellige situationer både i skolen og i deres fritid. Forskerne oprettede selv profiler på de sociale medier Instagram, Facebook og Snapchat, for at kunne overvære og indsamle data i disse kontekster (Hansen 2020, 17). Det er dele af dette digitale datamateriale, jeg anvender i afhandlingen.

### **2.1 Databehandling**

Datamaterialet jeg gør brug af, består mere specifikt af en fælles Messenger-chatgruppe fra den ene af de to gymnasieklasser, som alle klassens elever er en del af, og de fleste af eleverne skriver løbende i gruppechatten. Derudover anvender jeg uddrag fra flere private Messenger-korrespondancer mellem eleverne og deres venner, hvoraf nogle af korrespondancerne er mellem elever på tværs af de to gymnasieklasser på samme årgang. Foruden uddrag fra klassens gruppechat inddrager jeg i analysen uddrag fra 3 private korrespondancer, hvor interaktionen foregår mellem henholdsvis venner og kærestepar. Derudover har jeg haft adgang til Instagramprofiler fra samtlige elever i den ene gymnasieklasse, hvoraf jeg i afhandlingen fokuserer på 8 af profilerne i mine analyser, fordi de udgør eksempler på, hvordan der optræder engelsk på elevernes profiler.

Navn på deltager	Messenger gruppechat	Messenger privat	Instagram
Omar	X		
Maya	X		X
Hannan	X		
Stephanie	X	X	X
Mark	X		
Louis	X		
Naima	X		X
Kristine	X		
Nabil	X	X	X
Kasper		X	
Louise		X	
Adam	X		X
Mustafa	X		
Bilal	X		
Molly	X		X
Sandra	X		
David		X	
Cathrine		X	

Tabel 1. Oversigt over deltagerne og platforme

Navn på deltager	Profiltekst	Billedtekst	Kommentarfelt
Molly	X	X	X
Faiza		X	X
Nabil		X	X
Stephanie		X	X
Adam		X	
Jamir	X	X	
Maya			X
Naima		X	X

Tabel 2. Oversigt over de udvalgte deltagers brug af engelsk på Instagram

Når man arbejder med online dataindsamling, kan man ifølge Androutsopoulos (2013) skelne mellem *screen-based* og *user-*

*based* data, hvor dataindsamlingen enten består udelukkende af skærmbaserede data eller af skærmbaserede data i kombination med data, hvor forskeren er i kontakt med deltagerne (Androutsopoulos 2013, 236). I afhandlingen anvender jeg udelukkende *screen-based* data, fordi jeg tilgår det allerede indsamlede datamateriale uden at interagere med deltagerne. Jeg er desuden gået til datamaterialet med det Androutsopoulos kalder *sampling by phenomenon* (Androutsopoulos 2013, 235), fordi jeg systematisk har kodet datamateriale efter et bestemt fænomen, som her er ord, der kan associeres med engelsk. Al data har jeg tilgået og behandlet i computerprogrammet ATLAS.ti, som bruges til at kode kvalitative data. Herefter har jeg kunnet kode og kategorisere datamaterialet og gøre søgefunktionerne i datamaterialet lettere, idet koderne gør det muligt at søge efter disse kategorier i materialet. I første omgang har jeg læst beskederne i deltagerens fælles Messenger-gruppe, som de havde oprettet i klassen, for at få et overblik over datamaterialet. Dernæst gik jeg mere systematisk til værks. Heller et al. (2017, 105) bruger begrebet *mapping* (kategorisering) om denne fase af databehandlingen, hvor jeg løbende har identificeret, hvilke kategorier, der fandtes i materialet, for på den måde at blive bekendt med og få et mere detaljeret overblik over materialet. Mens jeg læste data igennem, oprettede jeg forskellige passende koder: fx "Engelsk", "Messenger", "Memes" og "Respons" (se kodningsmanual i bilag) som jeg inddelte i de mere overordnede kategorier for kodningen: "Sprog", om ord, der kan associeres med engelsk, "Stil/type", om hvilken type interaktion, der er tale om, eller hvilken funktion denne har, og "Medie", der siger noget om, hvilken social platform, der var tale om.

Dermed kunne jeg markere det pågældende, hver gang jeg stødte på et eksempel på det. Jeg har oprettet koderne, mens jeg læste, og var derfor til slut nødt til at gennemgå materialet igen for at sikre mig, at jeg havde markeret alle steder med samtlige koder i hele materialet. Derefter gennemgik jeg deltagerens Messenger-korrespondancer

mellem dem og deres venner, og slutteligt gennemgik jeg deltageres Instagramprofiler, som alle eleverne havde én eller flere af. I forbindelse med forskerholdets indsamling af datamaterialet havde alle deltagerne på forhånd givet tilladelse til, at forskerholdet måtte gennemgå deres Instagramprofiler, og at de måtte få adgang til deres Messenger-korrespondancer. Også de private Messenger-korrespondancer og Instagramprofilerne kodede jeg på samme måde som indholdet i klassens gruppechat. Efter at have gennemgået både Messenger og Instagram første gang, dannet koder og fået et overblik over mønstre i materialet, gennemgik jeg materialet endnu engang for at være sikker på, at jeg havde fået øje på alt, der havde relevans for min undersøgelse. Denne fase kalder Heller et al. (2017, 111) for *tracing*, og her fik jeg et større overblik over, hvilke tendenser, der optrådte på tværs af de pågældende sociale medier og kodningskategorier. Ligeledes kunne jeg i denne fase gennemskue, hvem af deltagerne, der bruger hvilke engelske ord og udtryk, og i hvilke typer af kommunikation det gælder. I og med, at jeg har "fuldkodet" hele materialet med de nævnte kodningskategorier, var det i denne fase muligt for mig at lave søgninger på tværs af kategorier i materialet (se bilag). I programmet AtlasTi kan man herefter via funktionen "Code Manager" få en oversigt over, hvor ofte koderne optræder, og via søgefunktionen "Query Tool" kan man søge efter materiale ud fra de navngivne koder, fx "Engelsk" og "Messenger", og derved få de eksempler fra Messenger, hvor jeg har noteret, at der optræder engelsk. Herefter præsenteres alle de eksempler, der er kodet efter denne kodningskategori, og det bliver muligt at tegne mønstre over deltageres interaktion. Herfra udvalgte jeg eksempler på deltageres brug af engelske ord, for senere blandt andet at kunne undersøge, hvordan disse engelske ord indgår i de unges interaktioner. Dette kalder Heller et al. (2017, 114) for *connecting*-fasen, som fører videre til det, de kalder *claiming*-fasen (Heller et al. 2017, 116). I denne sidste fase dykkede jeg dybere ned i datamaterialet for at undersøge, hvad dataeksemplerne kan sige noget om, og for at beskrive de

sammenhænge og tendenser, der i de tidligere faser af databehandlingen, er blevet synlige.

## 2.2 Analytiske tilgange

I afhandlingens analyser anvender jeg to "typer" af interaktionsanalyse, for at se nærmere på interaktionen på digitale medier. Dels anvender jeg interaktionsanalyse til at se nærmere på de online samtaler hos deltagerne og dels multimodal interaktionsanalyse i undersøgelsen af de sociale medier, hvor der optræder forskellige modaliteter – fx på Instagram, hvor blandt andet billede og tekst kombineres. Interaktionsanalyse trækker på elementer fra konversationsanalyse og turtagningsprincippet, hvor man både interesserer sig for afsenderens besked og modtagerens reaktion (Stæhr 2018, 222). Madsen (2015) præsenterer fire relevante kontekster for interaktionen, man skal tage højde for i en analyse: *Den sekventielle kontekst* omhandler selve turudvekslingen i interaktionssituationen. Her undersøges netop indholdet i taleturene og reaktionen på dette. *Den situationelle kontekst* omhandler de ydre omstændigheder for interaktionen. Her undersøges eksempelvis, hvor samtalen finder sted: fx om det er online eller offline, foregår i et chatforum eller til en jobsamtale. *Den relationelle kontekst* siger noget om relationen mellem deltagerne i interaktionen og eventuelt viden om, hvem eller hvad der omtales i samtalen, hvis det har relevans. *Den sociokulturelle kontekst* refererer til mere almengyldige og generelle samfundsrelevante normer for opførsel både socialt og sprogligt. De fire kontekster udgør tilsammen aspekter til interaktionsanalysen, der skal sikre, at der tages højde for de forskellige lag i interaktionen (Madsen 2015, 23). I den multimodale interaktionsanalyse undersøges de forskellige modaliteter i interaktion, som bidrager til at skabe mening i en samtale, hvad enten den er online eller offline. I online interaktion kan disse modaliteter foruden tekst bestå af fx billeder, video eller lyd, der sammen med chatbeskeden bidrager til afsenderens hensigt med sin besked (Jewitt 2015,

69). I undersøgelser af interaktion på de sociale medier er det dermed også relevant at se nærmere på de semiotiske ressourcer, som fx emojis, billeder og memes, der optræder i interaktionen, og denne interrelation mellem billede, tekst og semiotiske træk (Mortensen 2018, 190).

### **2.3 Ethiske overvejelser**

Af etiske hensyn har jeg anonymiseret alle navne i datamaterialet med pseudonymer i overensstemmelse med projektets generelle retningslinjer, for at sikre deltageres tryghed. Derudover har jeg ændret i genkendelige og personfølsomme informationer eller helt udeladt dem, hvis ikke de har været af afgørende betydning for eksemplet i den givne kontekst. Ligeledes er stednavne, kendenavne og andre genkendelige informationer sløret af hensyn til deltageres anonymitet, ligesom jeg har sløret deltageres ansigter på deres profil- og Instagrambilleder. Disse etiske hensyn er, som Boellstorff et al. (2012, 129) pointerer, vigtige at tage til deltagere i etnografiske undersøgelser på grund af det ulige forhold, der er mellem forsker og deltager. Det er derfor forskerens opgave at sikre sig, at der ikke er forbundet nogen former for risici for deltagerne ved at deltage i undersøgelsen. Deltagerne i afhandlingen har i forbindelse med dataindsamlingen givet deres samtykke til at deltage i projektet "SoMeFamily", og til at det godkendte indsamlede materiale herefter anvendes i forskningsøjemed.

## **3 TEORI**

### **3.1 Undersøgelsens placering i feltet**

Den tidligere forskning, der beskæftiger sig med det engelske sprog i Danmark, har koncentreret sig om danskernes holdninger til og brug af engelsk i hverdagen (Preisler 1999). Det er også beskrevet, hvordan brugen af engelsk hos unge

er et identitetsskabende træk (Andersen 2004; 2020), ligesom det er undersøgt, hvordan det blandt flere generationer er de unge, som benytter sig mest af engelsk i deres sprogbrug (Rathje 2010). Derudover er der foretaget studier af, hvordan engelsk bruges på både universiteter (Mortensen & Fabricius 2014) og arbejdspladser (Lønsmann & Mortensen 2018). Forskningen, der findes om brugen af engelsk i dansk, omhandler i høj grad talesprog (Rathje 2010), holdninger til sprog (Mortensen & Fabricius 2014) og sprogpolitik og ideologier (Lønsmann & Mortensen 2018). Det er desuden undersøgt, hvordan de unge begår sig skriftligt på disse medier (Rathje & Ravnholt 2002), ligesom sproglige generationsforskelle i digital kommunikation hos både unge og deres forældre er blevet undersøgt (Hansen & Stæhr 2021, 124). Sidstnævnte fokuserer ikke direkte på brugen af engelsk men indirekte, da fokus her blandt andet er på de unges brug af "hverdagssproglige forkortelser" i digital kommunikation, hvoraf disse hovedsageligt udgøres af engelske forkortelser såsom "btw", "omg" og "lol". Netop dette aspekt er relevant i denne afhandling, fordi de engelske forkortelser også optræder i de unges online interaktion med hinanden. Fælles for de tidligere undersøgelser er, at de finder, at det engelske sprog har en central status i Danmark på tværs af forskellige arenaer. Resultaterne fra nogle af disse undersøgelser uddyber jeg i næste afsnit. Denne afhandling skal bidrage med forskning til området, idet den med udgangspunkt i de sociale medier Messenger og Instagram koncentrerer sig om brugen af engelsk i digitalt medierede interaktionskontekster frem for fx i talesprog.

### **3.2 Engelsk i dansk**

I det følgende afsnit redegør jeg for de forskellige måder, hvorpå man kan anskue det engelske sprog. Mit fokus er ikke på, hvilke ord, der er henholdsvis fx danske og engelske (se Andersen (2004) for et bud på dette).

Engelsk har gennem mange år været det dominerende sprog inden for blandt andet verdenshandel, verdensøkonomi, underholdning og medier (Crystal 2003,

30). Hjarvard (2004, 76) beskriver engelsk som et "world language" og som "*the language people use whenever they wish to communicate with others outside their own linguistic community*" (kursiv i original). Netop dette beskriver også Friedrich og Figueiredo (2016):

English (still) does what no other language at present can do to the same extent; it works as the most used **lingua franca** of our time, a language of wider communication between speakers who do not share a first language. That is, English serves as a medium of communication not only between people whose native language is English, but also, and very prominently, between people who have other languages for a **mother tongue** (Friedrich & Figueiredo 2016, 6) (fed i original)

Dette gør sig også gældende hos de unge, der alle kan bruge engelsk på denne måde, når de interagerer med folk, der ikke taler dansk. På trods af, at de unge i denne undersøgelse alle taler og behersker dansk, bruger de engelsk i deres kommunikation med hinanden. Hos de unge deltagere gælder det dermed ikke, at de bruger engelsk som et fælles sprog, men de anvender derimod engelsk som en kommunikativ ressource i deres sprogbrug, som de kan trække på i forskellige sammenhænge.

Internettet er særligt centralt i forhold til brug og udbredelse af engelsk, da det udgør en (eller faktisk mange forskellige) platforme eller digitale kontekster, hvorpå netop engelsk ofte anvendes mellem brugere, hvis modersmål er andre sprog end engelsk. Engelsk har opnået en status af at være dominerende på internettet, selvom også både kinesisk, tysk, spansk og fransk er hyppigt repræsenteret (Friedrich & Figueiredo 2016, 6). Friedrich og Figueiredo beskriver dette fænomen med begrebet *World Englishes* som et resultat af den konstante proces, hvor engelsk bliver tilpasset de sprogbrugere, der anvender engelsk (Friedrich & Figueiredo 2016, 13). På den måde kan man sige, at der er tale om en pluralisering af normer i forhold til, hvad der gælder og



accepteres som engelsk. Dog betyder dette ikke, at britisk-engelsk og amerikansk-engelsk (som er Preislers (1999) skelnen af sproget) har mistet sin status som finere eller mere "autentiske" former for engelsk i nogle kontekster.

I Preislers (1999, 12) forskning om engelsk i Danmark pointerer han blandt andet, hvordan mange traditionelt engelske ord er blevet optaget i Retskrivningsordbogen og dermed har opnået status som danske ord. Heriblandt nævner han ord som OK, eyeliner, computer, workout, pool og shit, som er engelske ord, vi uden videre bruger på dansk (Preisler 1999, 13). Preisler skelner i sin undersøgelse netop mellem britisk-engelsk og amerikansk-engelsk, fordi det er de to varianter, som deltagerne genkender (Preisler 1999, 88). I hans undersøgelse svarer de fleste, at brugen af engelsk i Danmark enten skyldes indflydelse fra USA, eller fordi der er behov for et verdenssprog (Preisler 1999, 88). Han gør blandt andet rede for, hvordan udvalgte fritidsaktiviteter hænger sammen med, om man synes bedst om britisk-engelsk eller amerikansk-engelsk, fx er der forskel på, om man er til hiphop og computerspil (amerikansk) eller klassisk musik og ridning (britisk) (Preisler 1999, 94). Preisler redegør i kraft af undersøgelsen for, at en orientering mod amerikansk-engelsk er karakteriserende for unge mennesker, som ser mod amerikanske subkulturer, mens den ældre generation orienterer sig mod det britiske og det mere finkulturelle (Preisler 1999, 97). Ifølge Preisler (1999, 14) skyldes det engelske sprogs indflydelse på dansk statusværdien af engelsk og den kultur, sproget repræsenterer. Netop denne pointe er ikke alle enige om. Auer (1998, 161) argumenterer nemlig for det modsatte og mener, at man som sprogbruger sagtens kan benytte sig af flere sprog, uden at det har at gøre med nogen social status for de pågældende sprog. Dette kommer jeg nærmere ind på i afsnittet om kodeskift.

### **3.2.1 Hvad er engelsk?**

Andersen (2004) tager udgangspunkt i Jarvads (1995) definitioner i sin opdeling af engelske ord: *direkte lån*, *indirekte lån*, *hybrider* og *pseudolån* (Andersen 2004, 26). Senere er til

listen også tilføjet kategorierne *kulturlån* (fx computer og quiz) og *prestigelån* (fx sale og team) (Andersen 2020, 20). Disse kategorier anvender jeg ikke i afhandlingens analyse, idet det kan være svært at afgøre, hvilken betydning og relevans kategorierne har for deltagernes sproglige praksis. Det, der refereres til som prestigelån, kan forstås i forlængelse af Preislers beskrivelse af de engelske ord, der optages i ordbogen grundet statusværdien: "Prestigelån indlånes bl.a. fordi sprogbrugerne ønsker at identificere sig med långiversprogets kultur" (Myers-Scotton 1993; Andersen 2020, 21) og "med den prestige der forbindes med långiversprog" (Winford 2010; Andersen 2020, 21). Prestigelån dækker over låneord, vi optager i det danske sprog, fordi de kan siges netop at have prestige i og med, at der på dansk oftest findes et tilsvarende ord (Andersen 2020, 20). Det understreger det engelske sprogs statusværdi – at det engelske ord i mange tilfælde lyder "bedre" eller på anden måde i højere grad appellerer til de unge sprogbrugere, fordi de unge orienterer sig mod den amerikanske kultur. Andersen (2020, 17) understreger i forlængelse af spørgsmålet om, hvorvidt engelsk kommer af amerikansk indflydelse, at det for skeptikere ikke nødvendigvis handler om mængden af engelske ord, der optræder i dansk sprog. Det kan i højere grad være et spørgsmål om det samfund, som ordene repræsenterer, og fx dermed snarere handle om en stigende amerikanisering, som for nogen er foruroligende.

Brugen af engelsk i dansk handler altså dels om sproglig prestige, som jeg præsenterede ovenfor, og dels om et sprogligt behov, der bliver dækket via de engelske ord. Andersen (2004, 30) beskriver disse behov som enten semantiske eller stilistiske, altså at et givent ord enten ikke findes på dansk, og at der derved bruges et engelsk, eller fordi det engelske ord skaber en vis stilistisk eller kreativ effekt i sproget, som ikke ville være tilfældet ved brug af et tilsvarende dansk ord. Det er blandt andet med udgangspunkt i ovenstående, at jeg kigger på de unge deltageres brug af engelsk. Når jeg i datamaterialet undersøger, hvordan de unge anvender engelsk, og hvilke

kommunikative funktioner det har, er det interessant at se nærmere på, om det mon skyldes prestige eller et sprogligt behov, der søges opfyldt – og i så fald hvilket og hvordan dette gøres. I forhold til deltagernes sproglige praksis giver det i undersøgelsen mening at se på det engelske sprog som en sproglig ressource, de anvender på samme måde, som fx slangudtryk eller andre sproglige fænomener, der opstår og spredes i sproget, hvorfor det også ofte er de samme tendenser, der ses på tværs af fx vennegrupper. Jeg ser på deltagernes sprogbrug ud fra et sprogningsperspektiv, som indebærer at sprogbrugere skaber, organiserer og fortolker deres sociale verden gennem sprog (Jørgensen 2008). Jeg fokuserer på, hvordan de bruger de engelske ressourcer – fx til at opnå deres kommunikative mål (se afsnit 4.2). Jeg ser på deltagernes brug af engelsk som en del af deres sproglige repertoire, hvor de engelske ord og udtryk er en del af de mange forskellige sproglige ressourcer, som de anvender i interaktionen med deres venner.

### **3.2.2 Danske unges brug af engelsk**

Preisler (1999, 235) beskriver, at børns motivation for at lære engelsk for mange handler om "at *høre til*, dvs. det engelske sprog repræsenterer nogle kulturelle værdier (og et gruppefællesskab omkring disse værdier) som børnene identificerer sig med" (kursiv i original). Desuden ser Preisler (1999, 235) brugen af engelsk og kodeskiftene mellem dansk og engelsk som "et generelt aspekt af ungdomssproget". Dette er Jarvad (2001) enig i. Hun redegør for, hvordan det engelske sprog i høj grad bliver brugt hos de unge:

I ungdomskulturen står det engelske sprog dog stærkt. Brugen af engelsk blandt unge i subkulturer som computer, dødsmetalmusik, hiphopdans er identitetsskabende, og engelsk repræsenterer de unges kulturelle værdier (Jarvad 2001, 26)

Andersen beskriver brugen af engelsk i dansk som et identitetsskabende træk hos unge (Andersen 2004, 31), ligesom hun beskriver:

At kunne kodeskifte til engelsk, at kunne tale engelsk med forskellige accenter, og at kende de rigtige engelske ord og udtryk er lig med at være ung og tale "ungt" (Andersen 2004, 231)

Ifølge Andersen har det engelske sprog altså en høj og værdifuld status hos de unge. Hendes undersøgelse viser, at de unge blandt andet "bifalder eller accepterer brugen af engelske ord hvor der ikke findes danske, eller hvor de engelske har en lidt anden betydning", men undersøgelsen konkluderer også, at de unge "irriteres over unødvendig og "poppet" brug af engelske gloser og vendinger" (Andersen 2004, 233). Hjarvard (2004, 87) beskriver endvidere, hvordan "The English language articulates a high ranking on various social hierarchies and is therefore effective in marketing and advertising". På samme måde bruger de unge deltagere engelske ressourcer til fx identitetsarbejde, når de anvender engelsk til at vise en orientering mod genkendelige referencer eller subkulturer. Det samme præsenteres hos Andersen (2004, 30), som på baggrund af en svensk undersøgelse beskriver, hvordan de engelske ord ofte får en "fremtrædende eller informationsbærende placering i teksten, hvilken betyder at man lægger mere mærke til dem end til andre ord", fx ved at de engelske ord grafisk er markerede ved at være større end de danske ord eller på anden vis er markerede, kursiverede eller optegnede.

De tidligere studier, som har undersøgt brugen af danskernes brug af engelsk, har været koncentreret om talesprog (se afsnit 3.1), mens det først er igangværende studier (Skov s.d.), som interesserer sig for online brug af engelsk. Min afhandling bidrager til feltet med dette fokus på deltagernes brug af engelsk i deres online interaktion. I det næste afsnit definerer jeg derfor begrebet *sociale medier* og de forskellige former for sprogbrug, som de sociale medier

fordrer, og jeg redegør for Messenger og Instagram, som er de sociale platforme, der i undersøgelsen er i fokus.

### 3.3 Sprog og digitale medier

I min undersøgelse anvender jeg følgende definition på sociale medier:

Sociale medier kan forstås som digitale web- og mobilapplikationer, der gør det muligt for brugere at skabe, udveksle og cirkulere brugergenereret indhold og derigennem indgå i social interaktion med andre brugere (Stæhr & Mortensen 2018, 11)

I forlængelse af ovenstående definition inddeler Stæhr og Mortensen (2018, 12) de sociale medier i flere kategorier: Chatapplikationer til blandt andet skriftlig kommunikation, som er den kategori, Messenger kan siges at passe i, og sociale netværkssider (Ellison & Boyd 2013), som fx Instagram, hvor brugerne har en profil og kan interagere med andre brugere/profiler på forskellige måder.

Den traditionelle betegnelse for den type skriftligt sprog, der med internettets udbredelse i 1980'erne brød frem, var "computer-medieret kommunikation" (CMC, *computer-mediated communication*) (Herring et al. 2013; Hougaard 2014, 45). Herhjemme har der de sidste mange år været interesse for forskningen i blandt andet CMC (og det skrevne sprogs tilpasningsevne hertil) og webchat (Hougaard 2004), hvor det tidligere har været mobiltelefoni og det såkaldte sms-sprog, der har været interessant at undersøge (Hougaard 2014, 46). Som Androutsopoulos (2021) beskriver, har opfindelsen og udbredelsen af smartphones muliggjort nye affordances (muligheder og begrænsninger) (Hutchby 2001, 447) for mobil digital kommunikation, og der er dermed sket en udvikling fra computer medieret kommunikation til netop "digitalt medieret interaktion" (DMI) (Androutsopoulos 2021, 709). I undersøgelsen af de unges sprogbrug i DMI er det derfor relevant at se nærmere på, hvordan de bruger Messengers og

Instagrams affordances som aktiver i deres interaktion med hinanden.

I takt med mediernes stigende indtog og indflydelse i vores moderne hverdag bliver vores måder at kommunikere på også påvirkede, netop fordi vi i højere grad benytter os af digitale medier til at komme i kontakt med hinanden. Hjarvard (2008, 13) beskriver dette som *medialisering*: en teori om mediernes betydning for den kultur og det samfund de optræder i og er en del af. Han lægger vægt på, hvordan vores samfund i dag er "gennemsyret af medier" (Hjarvard 2008, 13), og "at medier i stigende omfang skaber de verdener, som vi interagerer med og lever i" (Hjarvard 2008, 15). Medierne er både massemedier som tv og radio, ligesom det er de interpersonelle som mobiltelefoner og computere (Hjarvard 2008, 16). Hashtags og internetforkortelser er eksempler på nye måder at skrive og kommunikere på som resultat af denne medialisering. I afhandlingen fokuserer jeg blandt andet på brugen af engelske internetforkortelser på Messenger og engelske hashtags på Instagram. Hougaard (2014, 44) definerer *hashtags* som "en art kodificering eller søgeordsopmærkning af indlæg eller billeder (fx på Instagram)". I den digitale praksis kan hashtagget bestå af enkelte eller flere ord og på den måde fungere som en slags kategorisering af det skrevne (Hougaard 2014, 51). Cunha et al. (2011, 58) beskriver desuden, hvordan hashtags oprindeligt blev brugt på det sociale medie Twitter som en måde at tilføje kontekst og metadata om indlægget, man deler, men i lige så høj grad for at offentliggøre og gøre ens indlæg søgbart. På de af deltagernes Instagramprofiler, hvor der optræder (engelske) hashtags i billedbeskrivelserne, bruges hashtags netop som kategorier (der fx gør billederne søgbare), lige så vel som metatekst til billedet og den øvrige billedtekst.

Internetforkortelser er, som navnet afslører, et fænomen som Friedrich og Figueiredo (2016) også forklarer som en tendens, der kom med internettets muligheder for sprogproducering:

(...) in electronic environments, especially informal ones like chat rooms and some blogs, it is very common that a variety of abbreviations be used, such as (...) *BTW* for "by the way", and *lol* for "laughing out loud" (Friedrich & Figueiredo 2016, 34) (kursiv i original)

Blandt andre Hougaard (2014, 50) kalder disse (internet)forkortelser *netkronymer*. Ligesom det i min undersøgelse er tilfældet, beskriver Hougaard, hvordan internetforkortelser i hendes tidligere forskning optrådte hyppigt. Mange af internetforkortelserne kommer fra (og skrives stadig på) engelsk, ligesom eksemplerne hos Friedrich og Figueiredo ovenfor. Hougaard forklarer desuden, hvordan forskningen i sproglige forandringer har vist, at der er tale om sproglige strategier som økonomisering og kompensation, der ligger bag nye sproglige tendenser på de digitale medier. Hun beskriver fx, hvordan mange digitale sprogbrugere kommunikerer på en måde, der ligner talesproget og dets muligheder for at svare både kort og spontant (Hougaard 2014, 48). I forhold til de engelske internetforkortelser, de unge deltagere bruger i deres online kommunikation, er det nok både et spørgsmål om økonomisering (Hansen & Stæhr 2021) og om hurtig respons (se afsnit 4.2.1).

Et af mine undersøgelsesresultater er, som vi skal se, at engelsk anvendes forskelligt på tværs af platforme. At de engelske ord og udtryk anvendes på forskellige måder i forskellige sammenhænge på de to medier, skyldes blandt andet, at Messenger og Instagram har forskellige affordances og dermed muliggør forskellig sprogbrug. I afhandlingens analyse skelner jeg mellem Messenger som et privat socialt medie, hvor interaktionen kun er synlig og tilgængelig for dem, der deltager i chatten (både mellem to personer og i gruppechat), og Instagram som et semioffentligt socialt medie, hvor billedtekster og kommentarfelter under billederne kan ses af mange (følgere og evt. andre alt efter om profilen er privat eller ej). I det følgende redegør jeg derfor for affordance-begrebet og de sociale mediers publikum,

hvorefter jeg beskriver de sociale platforme Messenger og Instagram. De sociale medier har forskellige affordances, som blandt andet kan ses i måden, hvorpå de muliggør brug af forskellige modaliteter, som fx skrift, lyd, billede osv. Androutsopoulos (2013) redegør for tre forskellige måder at forstå multimodalitet på. For det første kan det referere til sprogbrugerens handlinger, når vedkommende producerer indhold og efterfølgende interagerer med det producerede indhold online. Her er fx multimodal interaktionsanalyse relevant at anvende. Den anden måde at forstå multimodalitet på er, at man kan anvende flere forskellige sociale medier samtidig. For det tredje kan begrebet forstås på den måde, at der kan optræde forskellige semiotiske ressourcer på de sociale medier, fx både billeder, memes, lyd og tekst (Androutsopoulos 2013, 240).

Androutsopoulos refererer desuden til begrebet *polymedia* (Madianou & Miller 2012), som dækker over den moderne sprogbrugers brug af en række forskellige sociale medier, der alle er tilgængelige på fx smartphones (Androutsopoulos 2021, 714). Madianou og Miller (2012, 125) definerer *polymedia* således: "a situation where several different forms of media are being used simultaneously and in direct relationship to each other". Stæhr og Nørreby (2021, 762) mener, at det er relevant at se på sprogbrugerens *polymedia-repertoire* som en del af deres kommunikative repertoire, idet brugen af de forskellige sociale medier hver især muliggør forskellige normer og typer af interaktion (Stæhr & Mortensen 2018, 22). Fordi medierne netop lægger op til forskellig interaktion, hænger medievalget sammen med typen af den sociale interaktion (Stæhr & Mortensen 2018, 22). Dette viser Stæhr og Nørreby (2021, 756) i øvrigt også med deres undersøgelse: Deltagerne vælger medie ud fra, hvad der giver bedst mening i situationen. Dette er baggrunden for at undersøge de unges sprogbrug på flere forskellige sociale medier, for at kunne sige noget mere om deres brug af engelsk i online interaktion generelt. Det er også derfor, at det i afhandlingen er relevant at inddrage *polymedia*-begrebet, fordi de unges brug af engelsk



undersøges på de to forskellige platforme Messenger og Instagram.

De sociale medier giver selvsagt mulighed for kommunikation med andre. Det kan gælde én-til-mange kommunikation, som fx på Instagram og Facebook (opslag på ens "væg"), eller én-til-én kommunikation, som fx på Messenger (Androutsopoulos 2013, 239). Derudover kan man betragte de sociale medier som offentlige, semioffentlige eller private, alt efter i hvor høj grad indholdet er tilgængeligt for andre. Både på Messenger (Facebook) og Instagram kan man vælge at have en offentlig profil, så alle kan søge ens profil frem og se indholdet. Omvendt kan man også vælge kun at være tilgængelig for sine "venner" og "følgere", så man skal acceptere, hvem der kan se ens indhold, hvorfor profilen kan betragtes som semioffentlig. I afhandlingen behandles semioffentlig interaktion på Instagram og privat interaktion på Messenger. Private sociale medier omfatter fx Messenger, hvor det kun er en selv og dem, man chatter med, som har adgang til chatkorrespondancerne. Når deltagerne offentliggør indhold på deres Instagramprofiler, er de vidende om, at en vis mængde følgere kan se deres billeder og kommentere deres indhold. Det samme er tilfældet i Messenger-chatten, hvor afsenderen også må tage højde for, hvem de kommunikerer med, når de vælger måden at kommunikere på. Bell (1984, 162) beskriver dette med begrebet *audience design*, der netop omhandler, at afsenderen tilpasser sin kommunikation og sit sprogbrug efter, hvem publikummet er (Bell 1984, 159). Dette er relevant i forhold til de unges sprogbrug og positionering på Instagram i undersøgelsen af, hvordan deltagerne anvender sproget til at opnå det ønskede hos deres publikum. I forlængelse heraf benytter Bell sig af begrebet *accomodation*, som omhandler, hvordan afsenderen tilpasser sin sprogbrug efter andres sprogbrug, hvilket er nyttigt i undersøgelsen af, om de unges brug af engelsk tilpasser sig de øvrige deltagers brug af engelsk i interaktionen (Bell 1984, 162). I de følgende afsnit redegør jeg for de sociale medier Messenger og Instagram.

### **3.3.1 Messenger**

Virksomheden Meta Platforms ejer blandt andet Messenger og Instagram. Messenger er en del af Facebook fra 2004, hvis funktion har været en slags digital opslagstavle. Messenger var fra 2008 en del af Facebook-appen, men blev i 2011 til en selvstændig chat-applikation, hvori man som bruger blandt andet kan skrive tekstbeskeder, foretage opkald, sende billeder, videoer og memes til sine Facebook-venner og andre med en Facebook-profil (Nielsen 2022). Messenger fungerer i dag for mange brugere som et alternativ til fx SMS og bruges derfor ofte til hverdagskommunikation, hvor der desuden gælder normer for at sende korte beskeder og hurtig respons (Hougaard 2014, 48; Hansen 2020). Chatfunktionen gør det muligt både at interagere med én ad gangen og med flere i de såkaldte gruppechats. Afhandlingens deltagere har en fælles Messenger-gruppechat i deres gymnasieklasse, og den bærer præg af at blive brugt til hverdagskommunikation mellem klassekammeraterne, fx om, i hvilket lokale de har undervisning, eller når de vil høre, hvem, der kommer til en given fest. Altså informationer og interaktion, som vedrører flere i gruppen og derfor er oplagte i dette gruppechatforum (se fx Møller 2023). Messenger-korrespondancer mellem kun to personer er af mere privat karakter, idet det i datamaterialet ofte er dialog mellem kærestepar eller venner. I afhandlingen behandler jeg Messenger som et privat socialt medie, fordi deltagerne indgår i et privat og lukket chatforum med få og velkendte deltagere. Dette gælder også i gruppechatten, hvor flere brugere chatter samtidig, men hvor man fortsat har indflydelse på, hvem og hvor mange, der deltager i chatten. Dette aspekt kan have indvirkning på, hvad deltagerne skriver i gruppechatten, fordi de ved, hvem der kan se indholdet.

### **3.3.2 Instagram**

Instagram blev lanceret i 2010 og startede med at være et socialt medie, hvis primære funktion var billeddeling. Ligesom på Facebook opretter man en profil, hvorfra man kan offentliggøre billeder, og man kan "følge" andre profiler og

kommentere på deres indhold. Man kan vælge, om ens profil skal være offentlig eller privat og dermed selv bestemme, hvilke profiler man accepterer som følgere – hvilket igen svarer til "venneanmodninger" på Facebook. Instagram udgør i afhandlingen en semioffentlig kontekst, idet deltagerens indhold på deres profiler når ud til mange følgere og på den måde ikke længere kan anskues som privat. Nogle af deltagerne har en privat profil, hvorfor de skal acceptere følger-anmodninger fra andre og derfor også er vidende om, hvem der kan se deres indhold. Dette overblik over, hvem der følger med på ens profil, er ikke muligt at have på samme måde, hvis profilen er offentlig, fordi andre brugere også kan se ens billeder uden nødvendigvis at følge ens profil. Med senere opdateringer til Instagram er det blevet muligt blandt andet at optage "live" videoer på ens profil (i ens "story"), som forsvinder efter 24 timer, og det er muligt at chatte med andre profiler – ligesom det gør sig gældende på fx Messenger (Danielsen 2015). Instagramformatet inviterer til, at man skriver korte billedtekster under de billeder, man offentliggør, ligesom man her kan supplere teksten med hashtags, ord der siger noget om fx konteksten eller motivet, for på den måde at kategorisere billederne. I Instagrams søgefunktion kan man søge efter hashtags og dermed se de billeder, der er kategoriseret på samme måde. I de senere år er det tilmed blevet muligt, for private personer at udvide deres Instagramprofil (og profiler på andre sociale medier) og følgerskare, så de kan indgå samarbejder med virksomheder, de reklamerer for på deres egen profil, og på den måde tjene penge via deres Instagramprofil. Denne nye type marketing kaldes *influencer marketing* og er efterhånden også blevet en udbredt branche herhjemme, hvor flere i stigende grad kan leve af at lave reklame på deres sociale medier (ordnet.dk, 2). På Instagram er billederne på de unges profiler omdrejningspunkt for interaktionerne, hvor de unge ofte skriver positive kommentarer til og om hinanden. I afhandlingens datamateriale har jeg tilgået kommentarspor og billedtekster på deltagerens Instagramprofiler.

De ovenstående beskrivelser af Messenger og Instagram viser, hvordan de tilbyder brugerne forskellige muligheder for digitalt medieret kommunikation. Et fokuspunkt i min analyse er, hvordan de forskellige muligheder kommer til at hænge sammen med forskellig anvendelse af sproglige ressourcer. Derfor vil jeg nu præsentere projektets teoretiske ståsted i forhold til sprog og normer.

### **3.4 Sprog og normer**

Sproglige normer er socialt konstruerede af sprogbrugerne – dem, der bruger sproget (Stæhr & Mortensen 2018, 10). Sociale medier og digital kommunikation er vigtige elementer, når vi taler om sprogforandringer og registergørelse. Normer er et nøglebegreb i registergørelse (Stæhr 2015, 30), som netop er en betegnelse for "den proces, hvorved sprog og herunder normer for sprogbrug bliver til" og for, hvordan sproglige stilarter kan kobles til bestemte personer, sociale aktiviteter eller generationer (Hansen & Stæhr 2021, 117). Det er relevant at se på normativitet i analysen, fordi de unge med deres sproglige adfærd spejler sig i hinanden og dermed giver udtryk for umarkerede normer for deres sproglige praksisser. Agha (2007, 124) opererer med 3 niveauer af normer. Første niveau er karakteriseret ved observerbare mønstre i eksempelvis opførsel, og det bliver her muligt at beskrive sammenhænge mellem fx en bestemt type person og en bestemt opførsel – ligesom vi ser det i vennegenererede normer (Hyttel-Sørensen & Stæhr 2014, 74). Andet niveau handler om den opførsel eller måde at gøre ting på, som socialt anses for at være "normalt" eller "typisk", og som dermed ses som en norm for de personer af denne overbevisning (Agha 2007, 126). Disse normer kan være forskellige hos forskellige grupper af mennesker. Niveau 3 drejer sig om normer, der er blevet til såkaldte standardnormer i et samfund (Agha 2007, 126), og i forhold til skriftsprog benævnes denne norm som den ortografiske standard. Normer artikuleres både implicit og eksplicit. I

sprogbrugen etableres normer implicit, mens de etableres eksplicit, når sprogbrugerne enten taler om sprogbrug, retter på eller kommenterer hinandens sprogbrug (Hansen & Stæhr 2021, 117). I datamaterialet er uddragene eksempler på implicitte normkonstruktioner, fordi det netop er deltageres sprogbrug, der er i fokus.

I forlængelse af normer for sprogbrug præsenterer jeg herunder Jørgensens (2008) teori om polysprogning og normer for, hvordan sprogbrugere anvender forskellige sprog til forskellige formål. Jørgensens (2008, 163) teori om polysprogning dækker over, at sprogbrugere i deres sprogbrug anvender "whatever linguistic features", de har til rådighed i deres sproglige repertoire "to achieve their communicative aims as best they can". Dermed anvender sprogbrugere altså potentielt ressourcer fra forskellige sprog i den samme kommunikative praksis (Jørgensen 2008, 164). Denne brug af andre sprog er uafhængig af, hvor godt sprogbrugeren i øvrigt mestrer disse sprog, de anvender i deres kommunikation (Jørgensen 2008, 163), og Jørgensen understreger, at denne polysprogningsnorm ikke er forbeholdt den unge generation (Jørgensen 2008, 169). Han beskriver samtidig, hvordan polysprogningsnormen langt fra udgøres af tilfældig sprogbrug, men at sprogbrugerne er bevidste om, hvilke ord og sprog de anvender i deres kommunikation (Jørgensen 2008, 170), hvorfor der dermed ikke er tale om et "weird and unique phenomenon", men derimod en sproglig ressource som alle sprogbrugere i virkeligheden gør brug af (Jørgensen 2008, 174). Sprogbrugerne benytter sig altså af polysprogningsnormen, for at opnå deres kommunikative mål med det, de siger og måden, de siger det på (Jørgensen 2008, 168). Som sprogbruger benytter man sig altid af sproget til at opnå det, man vil, og netop derfor er det i visse kontekster brugbart at tage forskellige ressourcer i brug. I forhold til brugen af engelsk er polysprogning som perspektiv på sprogbrug relevant og nyttigt i undersøgelsen af de unges sprogbrug, fordi deltagerne anvender både dansk og engelsk som en

bevidst sproghandling alt efter, hvad de ønsker med deres kommunikation.

Nogle gange giver det imidlertid mening (også for deltagerne) at skelne mellem sproglige træk associeret med forskellige nationalsprog, som fx engelsk og dansk. Til at beskrive dette kan kodeskifte teorien anvendes

### **3.4.1 Kodeskift og polymedia**

Jørgensen (2008) pointerer, at de unge er klar over, hvordan og med hvilke virkemidler de kommunikerer alt efter konteksten og modtageren af deres ytringer. Et af disse virkemidler er kodeskift, som Jørgensen og Quist (2008, 125) beskriver som det, at "sprogbrugeren i en ytring eller en beretning indfører en kortere eller længere del, som er på et andet sprog, en anden dialekt, et andet register eller en anden stil, end ytringen eller beretningen ellers er". Auer (1998, 1) definerer ligeledes kort og præcist kodeskift som "the 'alternating use of two or more "codes" within one conversational episode'", og han anskuer kodeskift som en verbal handling, der er med til at forme interaktionen (Auer 1998, 1). Auer lægger desuden vægt på, at kodeskift, udover det strukturelle og funktionelle aspekt, også har en interaktionel og social betydning (Auer 1995; Stæhr & Nørreby 2021, 761), selvom han mener, at kodeskift for afsenderen ikke handler om den sociale status, sproget der skiftes til måtte have, men at kodeskiftene derimod siger noget om, hvordan ytringen ønskes modtaget (Auer 1998, 161) og måske mere indirekte om sprogets status, fx om noget lyder 'sejt' (Andersen 2007). Dette tilfører et kontekstsensitivt aspekt til undersøgelser som for eksempel Preisler (1999), der viste, hvordan udbredelsen af engelsk i Danmark skyldes sprogets høje status herhjemme.

Meyerhoff (2019) tilslutter sig ovenstående i sin beskrivelse af, hvordan kodeskift anvendes med tanke på, hvad man vil opnå med sin ytring:

(...) speakers choose different styles of a language depending on where they are, who they are talking

to and what kind of impression or persona they want to communicate to their interlocutors. The same thing holds for shifts between different language varieties when people code switch (Meyerhoff 2019, 129)

Dette stemmer overens med Jørgensens (2008) polysprogningssteori og pointen om sprogbrugernes opmærksomhed på, hvem de interagerer med og dermed også deres opmærksomhed på deres sprogbrug. At kodeskifte på baggrund af, hvem man taler eller skriver til, kalder Meyerhoff (2019, 129) for *modtagerbaseret kodeskift*, selvom hun også beskriver, at det kan være svært at afgøre, om det er modtageren eller interaktionssituationen, der gør, at afsenderen kodeskifter i sin ytring. Også ifølge Friedrich og Figueiredo (2016) kodeskifter sprogbrugeren alt efter kommunikationssituationen, man befinder sig i:

(...) we are often switching between different varieties, styles, and registers depending on the situation of communication, the participants, the environment, etc. (Friedrich & Figueiredo 2016, 44)

Kodeskiftsteorien er blandt andet relevant i undersøgelsen af, om de unge kodeskifter alt efter, hvem de interagerer med, og hvordan deres sprogbrug er. Ifølge Androutsopoulos (2021, 1) bliver disse kodeskift ofte brugt af flersprogede sprogbrugere, og kodeskiftene finder ofte vej ind i kommunikationen via de digitale medier.

I det følgende afsnit præsenterer jeg teori om, hvordan sprog kan være med til at skabe identitet, hvilket også kommer til udtryk hos de unge, når de anvender engelske ressourcer i deres kommunikation med hinanden.

### **3.5 Sprog og (ungdoms)identitet**

Identitet er et bredt og omdiskuteret begreb i mange felter. Blommaert (2005, 205) argumenterer som mange andre forfattere på området (fx Butler 1990) for, at "man ikke *har* en

identitet", men at det derimod er noget "man *gør* eller *performer*" (kursiv i original), og at det i højere grad er identifikation og resultatet af "socialt betinget semiotisk arbejde" (Blommaert 2005, 205). Blommaert anlægger altså et senmoderne syn på identiteten og beskriver, hvordan identitet etableres ved at blive *genkendt* af andre, og dermed er det ikke én selv, men andre, som tillægger én identiteter – det han kalder *othering* (Blommaert 2005, 205). Blommaert foreslår, at man ser på identitet som et repertoire, mennesker har af forskellige semiotiske ressourcer frem for faste kategorier (Blommaert 2005, 207). Ligesom Blommaert forstår Bucholtz og Hall (2005, 585) også identitet som noget, der skabes i interaktion med andre:

Identity is best viewed as the emergent product rather than the pre-existing source of linguistic and other semiotic practices and therefore as fundamentally a social and cultural phenomenon (Bucholtz & Hall 2005, 588)

Leppänen (2007, 151) beskriver på baggrund af sin undersøgelse af finske unges brug af engelsk, at sprogbrug og sprogvalg kan ses som "acts of identity" (Le Page & Tabouret-Keller 1985) og altså som en del af identitetskonstruktionen. Hun redegør for, at fordi de unge i høj grad præsenteres for det engelske sprog i både medier og populærkulturen, og fordi de ikke længere kun finder inspiration lokalt, men i lige så høj grad i globale sammenhænge, støder de unge på engelsk på daglig basis (Leppänen 2007, 151). Som det også bliver tydeligt hos deltagerne i min undersøgelse, forklarer Leppänen desuden, hvordan de finske unge bruger engelsk i deres sprogbrug på lige fod og i kombination med deres førstesprog (Leppänen 2007, 150). Hun konkluderer, at engelsk er nødvendigt i den digitale verden, og at sproget bruges til at konstruere og forhandle identitet, ligesom sprogvalget bidrager til følelsen af tilhørsforhold både lokalt og globalt (Leppänen 2007, 167).



Ved at anvende dette syn på identitet som noget, der kan forhandles, kan jeg i undersøgelsen af de unge netop fokusere på, hvordan identitet er noget, de selv har indflydelse på, og på den måde bliver det muligt at undersøge deres brug af engelske ressourcer som en del af deres identitetsarbejde. Georgakopoulou (2016, 182) ser netop på de sociale medier, som kontekster, hvori der foregår en masse identitetsarbejde for brugerne af disse. For ifølge Georgakopoulou kan man se på profiler på de sociale medier som *small stories*, når man vil undersøge brugernes selviscenesættelse. Begrebet dækker over, at man på de sociale medier kan fortælle små fortællinger via sin profil:

(...) stories that present fragmentation and open-endedness of tellings, exceeding the confines of a single speech event and resisting a neat categorization of beginning-middle-end. They are invariably heavily co-constructed, rendering the sole teller's story ownership problematic. They report mundane events from the teller's everyday life rather than big complications or disruptions (Georgakopoulou 2016, 183)

Udover at disse *small stories* medvirker til fortællerens selviscenesættelse på de sociale medier, muliggør de, at man kan proklamere ens sociale relationer. Som en del af disse fortællinger og brugernes identitetsarbejde på de sociale medier, introducerer Georgakopoulou (2016, 179) begrebet *alignment*, der dækker over anerkendelsespraksisser i den online interaktion, hvor brugerne ved at "like" eller "følge" andre profiler på den måde viser deres anerkendelse. De sociale medier kan siges ligefrem at opfordre (og er designet) til denne anerkendelse blandt brugerne i form af funktioner som blandt andet "likes", mulighederne for at følge eller blive "venner" med andre og delings-funktionen (Georgakopoulou 2016, 179). Georgakopoulou nævner, hvordan fx "selfies" er et glimrende eksempel på en måde at tilkalde sig *alignment* på, netop fordi det at offentliggøre billeder af en selv inviterer publikum (følgere) til at reagere positivt på indholdet

(Georgakopoulou 2016, 190). Netop selfies er hyppigt repræsenterede blandt undersøgelsens deltagere på deres Instagramprofiler, hvor det ligeledes kan ses, hvordan følgerne kommenterer på billederne. En måde at vise denne alignment på er via *ritual appreciation*, som er den positive respons brugerne giver hinanden, fx med mange rosende ord eller emojis i kommentarsporet (Georgakopoulou 2016, 182). Den positive respons, brugerne modtager ved at dele på de sociale medier, beskriver Georgakopoulou som:

numerous highly similar positive appreciations of an initial post serve as the visual equivalent of lots of people clapping and cheering at the same time (Georgakopoulou 2016, 193)

Hertil formår de brugere, der kommenterer et givent opslag (hvad enten de kender profilen i virkeligheden eller ej) at fremstå som en slags fans (Georgakopoulou 2016, 191). Denne form for alignment finder oftest sted i rosende og anerkendende kommentarer til andres profiler og billeder. Georgakopoulou beskriver, hvordan det oftest gælder evaluerende kommentarer med ord, som fx "smuk", "lækker" eller lignende, som viser alignment (Georgakopoulou 2016, 195), hvilket også er tilfældet i datamaterialets eksempler fra deltagerens kommentarspor på Instagram. I de positive evalueringer er brugen af emojis i kommentarsporene ifølge Georgakopoulou oftest de samme eller nogen, der ligner hinanden (fx hjerter, emojis med hjerter i øjnene osv.) (Georgakopoulou 2016, 192), ligesom det oftest ses, at modtageren af de rosende ord svarer ved fx at takke eller adressere afsenderen af den positive kommentar med "skat", "my love" eller lignende kælenavne (Georgakopoulou 2016, 195). Georgakopoulou pointerer, hvordan hun mener, at denne anerkendelse gennem *ritual appreciation* er meningen bag delingen af fx selfies (Georgakopoulou 2016, 191), og at brugerne på den måde kan siges aktivt at efterspørge anerkendelsen på de sociale medier. Derudover kan man opnå alignment gennem *knowing participation*, som beskrives

ligeledes som en hyppig tendens i fx kommentarsporene, hvor brugerne offentligt og eksplicit redegør for deres personlige relation til vedkommende, hvis Instagrambillede man kommenterer (Georgakopoulou 2016, 189). Her skaber man alignment ved at inddrage fx indforståetheder, så man på den måde kan signalere og "blære sig med" ens relation (Georgakopoulou 2016, 182). Hun nævner blandt andet, at det at "tagge" (henvise til andre profiler) på ens eget billede eller billedtekst, er en måde at henvende sig til den pågældende profil som en invitation til at deltage og vise den gensidige relation (Georgakopoulou 2016, 199). En af Georgakopoulous pointer er blandt andet, at denne engageren i og kendskab til andres profiler på de sociale medier er med til at give indholdet (fx en selfie) mere historie (jf. small stories) (Georgakopoulou 2016, 199). Disse muligheder for at opnå alignment ser Georgakopoulou som performative og som fordrende for positiv respons, der for brugerne på de sociale medier fungerer som engagement og viser gruppetilhørsforhold (Georgakopoulou 2016, 190).

Ovenstående brug af alignment-begreberne i online interaktion vidner om, hvordan Georgakopoulous syn på identitet, ligesom hos Blommaert (2005), handler om, hvordan identiteter først er gyldige, når de genkendes af andre og dermed også kan gøres til genstand for forhandling, hvis ikke vi genkender dem. Og denne pointe er kun blevet mere (be)tydelig i takt med de sociale mediers indtog i vores moderne hverdag, hvor den sociale anerkendelse på de sociale medier i stigende grad fylder hos mange unge.

I forlængelse af Leppänens pointer om, at engelsk bruges af de unge som en del af deres identitetskonstruktion og Georgakopoulous begreber om anerkendelse gennem interaktion på de sociale medier, beskriver den svenske sprogforsker Kotsinas (1994, 19), hvordan det ikke nødvendigvis kun er menneskers ydre træk (som fx påklædning), der fortæller noget om, hvilke gruppeidentiteter, man tilhører eller gerne vil tilhøre. Via sproget kan man også udtrykke tilhørsforhold og sige noget om eksempelvis ens alder, køn og sociale status. Kotsinas

beskriver, hvordan det i situationer, hvor det er vigtigt for sprogbrugeren at pådrage sig en bestemt gruppeidentitet, kan være mere tydeligt end ellers, at visse træk optræder (fx udtaletræk eller specielle ord) (Kotsinas 1994, 19). Ifølge Kotsinas sker forandringer af talesproget hos de yngre generationer ofte, fordi de vil stå i opposition til voksenverden og dermed skaber nye udtalenormer, slang-ord og nye grammatiske udtryksformer (Kotsinas 1994, 20).

I vores interaktion med andre – både online og offline – siger vores handlinger noget om, hvem vi er og er på den måde en del af vores identitetsarbejde (Blommaert 2005, 203). En af de måder vi kan konstruere identiteter på rent sprogligt, er gennem det, Rampton (2009, 149) kalder stiliseringer. Rampton beskriver stilisering som “reflexive communicative action in which speakers produce specially marked and often exaggerated representations of languages, dialects, and styles that lie outside their own habitual repertoire” (Rampton 2009, 149). Stiliseringer kan også ifølge Coupland (2001, 346) forklares sådan, at sprogbrugeren “bruger en andens stemme”. Altså består stiliseringen hos sprogbrugere i, at man trækker på et eller flere repertoier, der almindeligvis ikke er ens egne, og på den måde kan man bruge dem til at fremstå eller lyde som en anden, fx i håbet om at parodiere en anden persona eller trække på velkendte identiteter som også modtageren genkender. Dette optræder fx i de unges billedtekster på Instagram, hvor de efterligner en typisk “influencer-stil” og hvor det således bliver tydeligt, at de har den pågældende stil andetsteds fra.

Teorien om både alignment og stiliseret sprogbrug viser, hvordan brugen af engelsk kan bidrage til de unges identitetskonstruktion. I kapitel 4 skal vi blandt andet se nærmere på dette i analyserne af deltagernes interaktion på Messenger og Instagram.

## 4 ANALYSE

I dette kapitel analyserer jeg uddrag af de unges interaktion på Messenger og Instagram. Jeg viser, hvordan forskellige engelske ord og udtryk ofte optræder på tværs af de sociale medier, og hvordan de to medier adskiller sig ved forskellig sprogbrug og dermed også forskellig brug af engelsk. Det bliver med analyserne tydeligt, hvordan de unges brug af engelsk i deres online interaktion som oftest er umarkeret. Jeg viser desuden, hvordan deltagerne på deres Instagramprofiler skriver engelske billedtekster og bruger enkelte engelske ord i deres kommentarer til hinandens billeder, ligesom enkelte deltagere gør brug af engelske hashtags i billedteksten under deres Instagrambilleder.

### 4.1 Brug af engelsk på de sociale medier

Inden jeg når til analyserne af udvalgte dataeksempler fra de unges online interaktion, redegør jeg kort for de forskellige måder, hvorpå engelske ressourcer optræder i det samlede datamateriale fra Messenger og Instagram.

På Messenger optræder der ofte enkeltstående engelske ord i de unges chatkorrespondancer, som fx "same" (uddrag 1) eller som engelske enkeltord i dansksprogede sætninger (uddrag 6 og 7), og herudover optræder der en stor mængde af engelske udbrud og internetforkortelser, som fx "omg" (uddrag 4). I deltagerens gruppechat på Messenger er der desuden flere eksempler på brugen af engelske sætninger og internetfænomener som memes, fx "mit liv be like" (uddrag 12) eller "Me waiting for my drivers license be like" (uddrag 13). På Instagram optræder de engelske ressourcer i billedteksterne under deltagerens Instagrambilleder, fx "Luckiest girl on earth" (uddrag 18) samt i kommentarsporene hertil, fx "always baby" (uddrag 18), ligesom der er flere af de unge deltagere, der skriver deres

indledende profilttekst på engelsk, fx "Copenhagen" (uddrag 14). I billedteksterne forekommer der ord associeret med engelsk som enkeltord i danske sætninger, ligesom der også forekommer hele engelske sætninger (fx uddrag 15 eller et enkeltstående ord på engelsk i billedteksten. Få deltagere gør desuden brug af engelske hashtags i billedteksterne (uddrag 21 og 23), og mange af pigerne kommenterer hinandens billeder med engelske evaluerende og anerkendende ord, som fx "damn", "wow" eller "Love you" (fx uddrag 23 og 24).

I første del af analysen fokuserer jeg på de unges brug af engelske ressourcer i deres private interaktion på Messenger, både i gruppechatten og i de private én-til-én-korrespondancer. I den efterfølgende anden del analyserer jeg eksempler på de unges brug af engelsk på det semioffentlige Instagram.

#### **4.2 Privat interaktion på Messenger**

Som det vil vise sig i det følgende, bruger de unge ofte og mange engelske ord og udtryk i deres online interaktion. Det er interessant, hvordan denne brug af engelsk oftest er umarkeret og optræder uden kommentarer fra dem, de interagerer med og dermed virker upåfaldende. I uddrag 1 og 2 ser vi eksempler på denne umarkerede brug af engelsk. Her fokuserer jeg på brug af ordene "fuck" og "fucking", som ses anvendt flere gange i datamaterialet i Messenger-korrespondancerne.



Uddrag 1: "Fuck vi skal læse meget"



Uddrag 2: "(...) i en fucking skov"

Ovenstående uddrag er fra deltagernes fælles gruppechat i klassen, hvor "fuck" og "fucking" bliver brugt umarkeret og som styrkemarkører og bandeord. I begge tilfælde bruges ordene desuden til at markere, hvordan afsenderen har det med det, der omtales – lektier og introturen i en skov. Et bandeord som "fuck" er efterhånden blevet så udbredt i dansk sprogbrug, at det er optaget i den danske retskrivningsordbog (ordnet.dk, 1), selvom jeg her kategoriserer det som et ord, der associeres med engelsk. Brugen af disse ord optræder flere gange i de private Messenger-korrespondancer, mens det slet ikke er at finde i den semioffentlige interaktion på Instagram. Dette kan fx handle om ordenes kategorisering som bandeord eller groft sprog, som kan virke upassende at bruge i det semioffentlige rum på Instagram. Derimod kan "fuck" og "fucking" siges at være udtryk, der måske i højere grad hører til i den private og

uformelle interaktion, der netop gør sig gældende på Messenger.

I deltageres samtaler på Messenger optræder der ofte internetforkortelser på en lige så umarkeret måde som de øvrige engelske ressourcer. Et chatmedie som Messenger er præget af hurtige svartider og flow i kommunikationen, hvorfor den hyppige brug af forkortelser kan forklares med Hougaards (2014) normer for økonomisering og forkortelser. Hansen (2020) nævner netop denne pointe i de interviews, som blev foretaget i forbindelse med indsamlingen af datamaterialet, der også ligger til grund for denne afhandling. Her kalder deltagerne netop dette "sms-sprog" og kendetegner det ved de mange forkortelser: "kort og præcist uden kommaer og så videre. Meget flydende og med mange forkortelser" (Hansen 2020, 31). Desuden nævnes det heller ikke af de unge deltagere selv, at disse eksempler er engelske (fx "wtf"), hvilket kan tyde på, at der er tale om både en upåfaldende praksis og brug af engelsk i deres sprogbrug. På denne måde orienterer deltagerne sig mod en polysprogningsnorm.

I uddrag 3 diskuterer nogle af de unge i gruppechatten, hvor mange lektier de har for. Her reagerer Maya tydeligt med "NOOOOO" på en tidligere besked, der afslørede, at de både skulle læse lektier i dansk og samfundsfag til dagen efter.





### Uddrag 3: "NOOOOO"

Det engelske "no" bliver her brugt som et udråb, der i øvrigt understreges af versalerne og de mange efter hinanden følgende vokaler. Naima reagerer med internetforkortelsen "OMG" (oh my god), som ligeledes er en interjektion, der tydeliggør hendes holdning til beskeden om lektielæsning, sammen med en emoji, der her kan symbolisere chok eller forargelse. Også Naima bruger versaler, så når man ser på uddraget, træder de to engelske beskeder tydeligt frem i interaktionen i gruppechatten – dels fordi det er engelske ord, og dels fordi de består af versaler. Herefter afslutter Stephanie sin besked med "Lol" (laughing out loud), som et udtryk for den stemning, der knytter sig til hendes besked, som kan være fx irritation. Forkortelsen "Lol" findes ikke tilsvarende på dansk, hvorfor Stephanie ikke har haft valgmuligheden mellem det danske og engelske udtryk.

Omvendt kan det engelske "OMG" oversættes til det danske "åh min gud", som kan siges at have andre indeksikalske værdier end den engelske udgave.

De engelske internetforkortelser er både til stede i deltagerne fælles gruppechat i klassen og i deres private én-til-én-korrespondancer på Messenger, og hermed bliver det tydeligt, at bandeord, forkortelser og udbrud associeret med engelsk anvendes hyppigt og umarkeret. En mulig forklaring på dette er, at det signalerer noget uformelt og samtidig er kortfattet og kan kommunikere hurtigt og effektivt.

Flere steder ses det hos deltagerne, at de skifter mellem engelsk og dansk alt afhængigt af graden af formalitet eller sårbarhed i korrespondancen. I uddrag 4 ser vi en Messenger-korrespondance mellem Kasper (grå beskeder) og Louise, som er klassekammerater, og som ofte skriver om hverdagslige emner.



Uddrag 4: "i guess"

Som det ses i Kaspers beskeder, optræder der flere gange engelsk, fx "i guess" og "what". Louise gør generelt set det samme i deres kommunikation forud for dette uddrag, men der sker et skifte i hendes sprogbrug, da hun spørger Kasper, hvordan han har det, og det adskiller sig fra deres øvrige korrespondance, at Kasper slår over i udelukkende dansk i sine svar til Louise. Der sker et skifte i emne og Louises sprogbrug samtidig. Louises besked "ov du må godt sige til mig hvis jeg snakker for meget med dig" lyder som indledningen på en mere personlig og sårbar samtale. Her er der noget på spil i forhold til, at hun sætter spørgsmålstejn ved sin egen opførsel i deres interaktion, og hun søger måske bekræftelse fra Kasper. Derudover optræder der pludselig mange emojis i Louises beskeder, som ellers ikke er kendetegnende for hendes kommunikation. Her optræder de som kontekstualiseringsmarkører (Gumperz 1982) til hendes besked, i måden hun bruger emojis til at udtrykke sit humør, der ellers ikke altid kan gennemskues i chat. Emojierne er med til at understrege, hvordan det er en sårbar situation for hende, da hun ikke ellers benytter sig af dem. Louises brug af disse emojis kan også tolkes som om, at hun tror, at det måske er hendes skyld, at Kasper har ondt i hovedet og nærmest undskylder på forhånd. På den måde gør hun det interaktionelt nemmere for Kasper at give hende ret i, at hun faktisk er irriterende, fordi hun selv introducerer den svarmulighed. At Kasper forud for Louises besked skriver "i guess" kunne tyde på en vis usikkerhed i sit svar, og han inviterer med denne besked til, at Louise skal spørge yderligere ind til ham. Kaspers brug af engelske ressourcer i deres korrespondance optræder som evaluerende ord: Han svarer "i guess" som om, han evaluerer sit eget svar, mens han svarer "what", fordi han ikke forstår Louises besked inden, og på denne måde anvender han altså engelsk til metasproglige kommentarer. Louise bruger igen emojis, da Kasper svarer hende med ytringen "sådan overhovedet ikk". Her fremstår hendes brug af emojis til gengæld som om, at hun er lettet over svaret.

Kasper og Louise skriver igen sammen om et mere alvorligt emne i uddrag 5. Her handler det om Louises forhold til de andre piger i klassen og om, at hun ikke altid ved, hvor hun skal gøre af sig selv i klasselokalet. Hertil svarer Kasper "så ja hold dig op af mig eller send et signal eller sådan noget hvis det er", og han viser på den måde anerkendelse og omsorg over for Louise, ved at være villig til at hjælpe hende ud af de ukomfortable situationer i klassen. Også i dette uddrag tyder Louises brug af smileys og emojis på en vis usikkerhed i hendes kommunikation om et mere personligt og sårbart emne, end det ellers lader til at være tilfældet i deres interaktioner.



Uddrag 5: "Vores samtaler er rimelig wholesome nogle gange :)))"

For Louise sender ikke emojis i samtaler, hvor hun ikke har noget på spil, hvorfor hendes smileys ":)))", som hun sender

flere gange i uddraget, kan symbolisere denne usikkerhed. Louise svarer Kasper med beskeden "Vores samtaler er rimelig wholesome nogle gange :)))", og i beskeden anvender hun midt i sætningen det engelske "wholesome". Brugen af "wholesome" i stedet for det danske ord "fyldestgørende" kan tolkes på forskellige måder. For det første kan det være for at lette graden af seriøsitet i deres samtale og dermed afslutte chatten med god stemning. En anden tolkning kan være, at det er Louises måde at komplimentere Kasper og deres samtaler i chatten på en nedtonet måde, fordi der igen er noget på spil for Louise, hvis Kasper fx ikke gengælder denne holdning til deres interaktion. Havde hun skrevet fx "fyldestgørende" i sætningen på dansk i stedet for, havde beskeden fået en anden formalitet eller alvor over sig. I uddraget fremstår Louise usikker på flere måder. Dels på grund af hendes brug af smileys og emojis efter Kasper tilbyder hende støtte i klassen, og dels fordi hun nærmest undskyldende kommenterer på sine egne stavefejl (hvorefter der igen optræder emojis). En tredje tolkning kan være, at hun synes, at det engelske ord "wholesome" simpelthen bare beskriver hendes holdning bedst og mest korrekt sammenlignet med den danske oversættelse. I uddraget mellem Kasper og Louise bliver det tydeligt, hvordan de kodeskifter mellem engelsk og dansk alt efter, hvad de taler om. I samtalen er der tale om et kodeskift, idet der sker en synlig ændring i Kasper og Louises sprogbrug efter Louises brug af det engelske "wholseome". Hertil svarer Kasper med beskeder, der ligeledes indeholde engelske ord og sætninger: "true" og "but you know life") som reaktion på Louises besked.

I det samlede datamateriale tegner der sig et billede af, hvordan det i chatten på Messenger oftest er responserne, der foregår på engelsk, selvom samtalen indledes af en dansk besked. Alligevel optræder det også et par gange, at der i initiativet bruges engelske ord, og der gælder dermed ikke altid en sproglig tilpasning for de unge, når de chatter med deres venner, så de bevidst svarer på det samme sprog, som interaktionen indledes af.

I uddrag 6 bruger Adam det engelske "Guys" som indledning til sit spørgsmål i klassens gruppechat om skolefotograferingen i sin henvendelse til de andre deltagere i gruppesamtalen:



Uddrag 6: "Guys, fik vi nogen seddel med hjem (...)"

Samtalen fortsætter på dansk uden andre engelske ord, og ingen bider tilsyneladende mærke i, at Adam indledte chatten med et engelsk ord. Dette er igen et eksempel på, hvordan det engelske bruges umarkeret og ikke kommenteres af de øvrige i interaktionen. Denne drypvise brug af engelske ord i danske sætninger går igen blandt flere af de unge deltagere i gruppechatten. I de næste eksempler, som kun vedrører Nabil, bliver det tydeligt, hvordan der optræder en slags personspecifik stil, som går igen på tværs af flere af samtalerne med ham. I uddrag 7 skriver Nabil: "Hvis jeg starter nu er jeg maybe færdig om 3 dage", hvor det engelske "maybe" bryder med den ellers danske sætning og sagtens kunne være erstattet af det danske "måske" for den indholdsmæssige betydning.



Uddrag 7: "Hvis jeg starter nu er jeg maybe færdig om 3 dage"

Det er ikke kun i den fælles gruppechat, at der optræder enkelte engelske ord i danske sætninger. Uddrag 8 og 9 er private Messenger-korrespondancer mellem klassekammeraterne Stephanie (grå besked) og Nabil. Flere af deres beskeder til hinanden handler om, hvorvidt de skal følges i fitness. Også her gør Nabil brug af det engelske "maybe" i sin private interaktion fremfor det danske "måske".



Uddrag 8: "Maybe, er helt død"

Kan vi godt træne klokken  
17

Fordi skal lige ud med min  
mor, og vil gerne træne

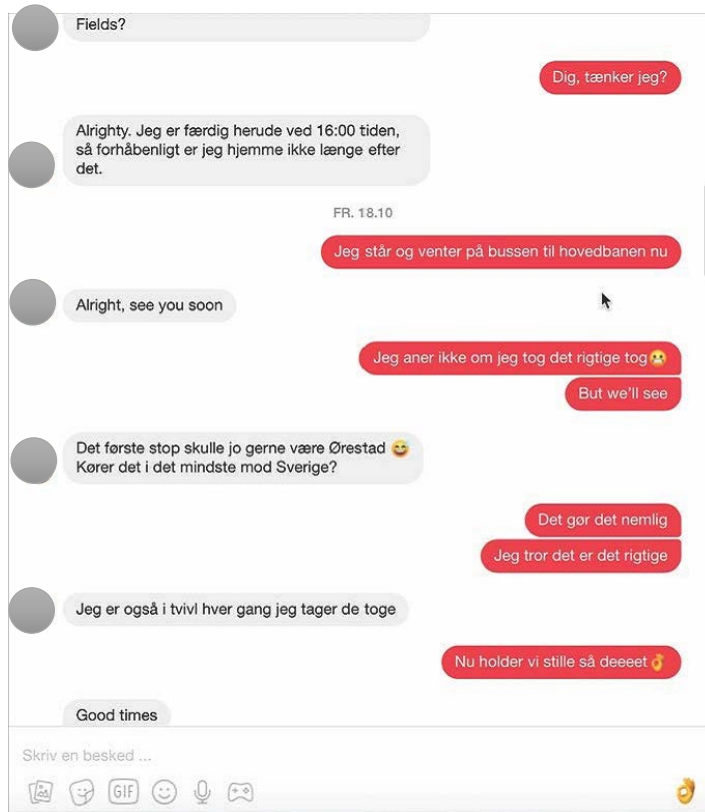
Eller maybe klokken 18

#### Uddrag 9: "Eller maybe klokken 18"

Det er interessant, hvordan det i interaktionen med Nabil er dette ene ord, han gentagende gange skriver på engelsk. Som både Preisler (1999) og Andersen (2004) pointerer, har det engelske sprog en vis statusværdi blandt de unge. Som Friedrich og Figueiredo (2016) nævner, er sprogbrug og ordvalg også afhængigt af modtager og kommunikationssituation, ligesom det afhænger af, hvilket indtryk man vil gøre på modtageren. Nabil anvender det engelske "maybe" i klassens gruppesamtale og i sine private korrespondancer, og fordi der ikke er eksempler på, at han benytter sig af den danske oversættelse af ordet, bliver det tydeligt, hvordan han anvender de sproglige ressourcer, han har til rådighed, til at skabe en personlig stil reserveret til bestemte personer og situationer, som her i de forskellige chatfora.

I andre af deltagerens private korrespondancer ses i endnu højere grad denne blanding af dansk og engelsk. Uddrag 10 og 11 udgøres af Messenger-korrespondancer mellem kæresteparret David (grå beskeder) og Cathrine, hvor der optræder bemærkelsesværdigt mange beskeder, hvori engelsk og dansk optræder samtidig og sætninger, der udelukkende skrives på engelsk.

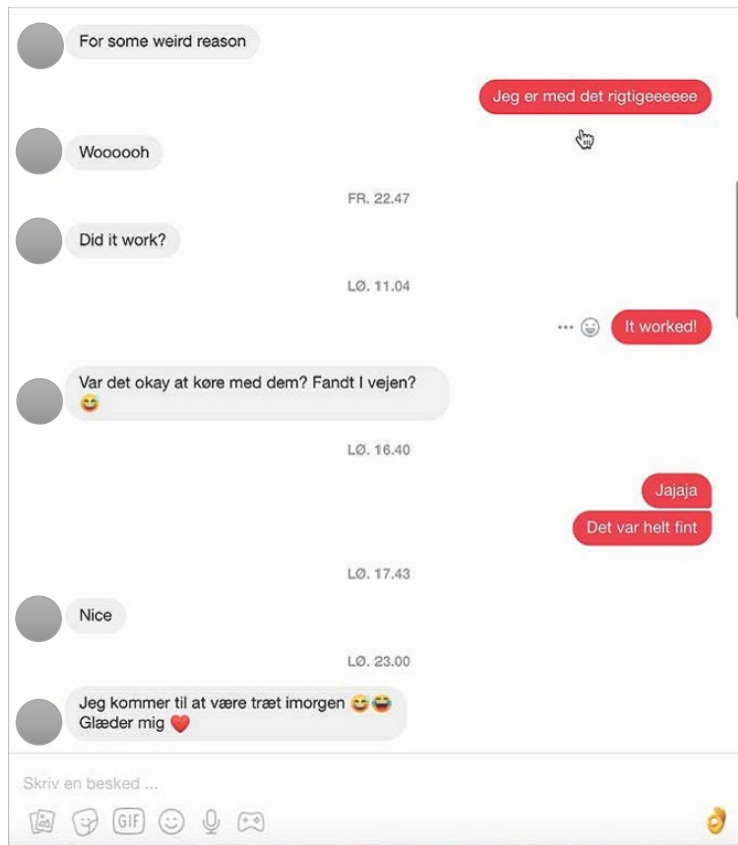




Uddrag 10: "Alright, see you soon"

Her optræder der engelske ord i danske sætninger, idet David skriver "Alrighty. Jeg er færdig herude ved 16:00 tiden (...)", hvor det engelske "alrighty" (variation af "alright" som på dansk kan oversættes til i orden) bruges umarkeret i samspil med de øvrige danske ord i sætningen og fungerer desuden som en evaluerende ytring. Dette ses i øvrigt i flere af de andre engelske ord, David gør brug af, som fx "alright" og "nice", og denne sprogbrug, der er associeret med engelsk, kan derudover tyde på en uformel stemning i interaktionen (ligesom vi så i uddrag 5). I både uddrag 10 og 11 bliver det tydeligt, at det mestendels er korte og simple sætninger, der

skrives på engelsk, mens de længere beskeder fortsat skrives på dansk. Men der optræder også hele sætninger og beskeder på engelsk i interaktionen mellem David og Cathrine. Interessant er det, at David i uddrag 10 svarer "Alright, see you soon" (i orden, vi ses snart), selvom Cathrines besked inden er skrevet på dansk: "Jeg står og venter på bussen på hovedbanen nu". Dette er et eksempel på, at David ikke tilpasser sit sprogvalg til den øvrige interaktion, idet Cathrine skrev sin besked på dansk. I Cathrines besked efter det kodeskifter hun mellem dansk og engelsk i sine beskeder: "Jeg aner ikke om jeg tog det rigtige tog" efterfulgt af en ny besked "But we'll see".



Uddrag 11: "Did it work?"

Ligeledes i uddrag 11 ses det, hvordan David og Cathrine også skifter mellem sprogene i deres beskederne uafhængigt af, om den forrige besked var på samme sprog. Men efter Davids to beskeder "Wooooooh" og "Did it work?" svarer Cathrine nu også på engelsk. Herefter er deres besked igen på dansk, og det tyder altså på, at der på trods af deres skift mellem brugen af dansk og engelsk, indimellem også er tilfælde af, at de skruer op og ned for deres brug af engelsk alt efter sproget i forrige besked. På denne måde udviser de begge alignment, når de efterligner hinandens sprogvvalg. I begge uddrag udgør korrespondancen mellem David og Cathrine eksempler på relationsarbejdet mellem dem i måden deres kommunikation primært omhandler praktiske aspekter af deres brug af offentlig transport inden de skal mødes med hinanden. Dette gør sig især gældende i måden, hvorpå David stiller spørgsmål til Cathrine om, hvorvidt hun kører i den rigtige retning, om det virkede, om det var okay, og om hun fandt vej, måske for at virke interesseret og beskyttende over for Cathrine i deres interaktion.

Udover at de unge i deres interaktion med hinanden benytter sig af både dansk og engelsk, anvender de også andre former for engelske ressourcer. I det følgende afsnit viser jeg, hvordan de unge gør brug af engelske internetfænomener som fx memes og citater i deres online interaktion. Memes er et internetfænomen, hvor man tager fx et billede eller videoklip fra en given kendt kontekst og sætter en ny tekst til, så billedet eller videoklipet får en anden og ny betydning. Dette nye billede/videoklip kan gå viralt og løbende få ny tekst alt efter, hvem der bruger det (ordnet.dk, 4).

I uddrag 12 trækker Kasper og Louise på vendingen "be like" (er/vær ligesom), som er kendt som et internetfænomen – et meme, hvor netop "be like" går igen, og hvor man alt efter kontekst indsætter ord foran, for på den måde at forklare, hvordan noget forholder sig. "Be like"-referencen beskrives som et slangudtryk, der oprindeligt blev brugt i amerikanske ghettomiljøer, hvorefter det blev udbredt og hyppigt brugt i forskellige sammenhænge på internettet

(urbandictionary.com), hvor de unge sandsynligvis har set det brugt i andre sammenhænge for derefter selv at benytte det. Konteksten for samtalen i uddraget nedenfor er, at de to klassekammerater har henholdsvis tysk- og fransk-undervisning og chatter med hinanden imens. De sorte bokse med cifre i chatten er en tidtagningfunktion i Messenger, som Louise (blå beskeder) supplerer meme-teksten med og på den måde tydeliggør, hvor meget tid, der er tilbage af undervisningen. Hun sender den igen til Kasper, da der er kort tid tilbage af timen, hvilket understreger hendes fokus på, hvornår hun har fri.



Uddrag 12: "mit liv be like"

Ved at bruge vendingen "be like" i sætningerne "tysk be like" og "mit liv be like" trækker Louise og Kasper på en fælles genkendelig og populærkulturel reference. Med Louises besked "shoot" (skyd) henviser hun måske både til "tysk be like" og "mit liv be like", som kan forstås som om, at de synes at både tysk og livet er langtrukket. Memet "be like" ses ofte i sammenhænge, der er negativt ladede, ligesom her, hvor både Kasper og Louise giver udtryk for, at deres sprogundervisning er langsommelig eller kedelig. Kasper svarer på fransk "a le oui" (som på dansk kan oversættes til ja), hvilket kan tolkes som om, at han bringer sproglige ressourcer i spil, fordi han sidder i en fransksproglig kontekst. Uddraget er et tydeligt eksempel på, hvordan deltagerne kan trække på forskellige sproglige ressourcer fra både sprogundervisning og internetfænomener. I interaktionen mellem Kasper og Louise trækker de på en intern referenceramme, idet de begge har kendskab til dette "be like"-meme. Det kan samtidig sige noget om deres kendskab til amerikanske internetfænomener generelt og dermed være et billede på, hvordan de begge orienterer sig mod den vestlige internet- og populærkultur, hvorfra mange internetfænomener udspringer og breder sig til store dele af verden. I uddrag 13 nedenfor ser vi ligeledes dette "be like"-meme, som Omar sender i gruppechatten midt i en samtale om, hvordan det går til introfesten på deres gymnasium, som han ikke er med til.



Uddrag 13: "Me waiting for my drivers license be like"

Omar bruger også referencen "be like", og han skriver i modsætning til Kasper og Louise i uddrag 12 hele teksten på engelsk "Me waiting for my drivers license be like" (mig der venter på mit kørekort), hvor de kun skrev "be like" på engelsk. Omars brug af internetfænomenet i kombination med et billede af et skelet udgør tilsammen en humoristisk overdrivelse af, hvordan han tilsyneladende har ventet længe på sit kørekort. Ligesom det var tilfældet i forrige uddrag, bruger Omar dette meme til at beskrive, hvordan en lettere negativt ladet situation forholder sig (grundet denne venten). Denne brug af det engelske meme gør det tydeligt, at det ikke er Omars egne ord, men en frase han har andetsteds fra. Generelt er funktionen ved memes at underholde og kommentere netop ved at sætte tekst eller billede i en ny kontekst i forhold til den genkendelige og oprindelige. Omar formår også at underholde, fordi hans besked optræder

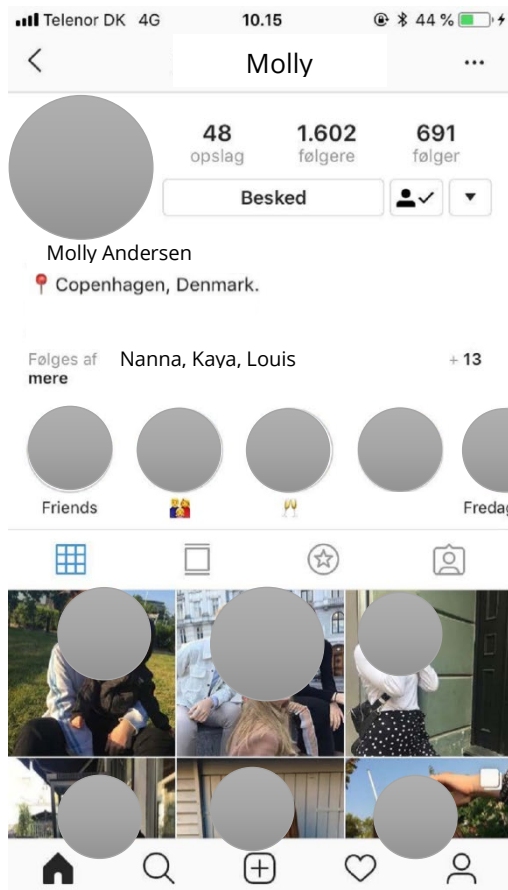
malplaceret midt i en gruppechat mellem flere af de andre klassekammerater, der er til festen. Derfor vidner brugen af "be like"-memet både hos Kasper og Louise (uddrag 12) og hos Omar (uddrag 13) om en uhøjtidelig og humoristisk stemning i deres digitale kommunikation. Det er desuden endnu et eksempel på, hvordan engelsk bliver brugt som et middel i uformel kommunikation, fx i modsætning til Kasper og Louises interaktion i uddrag 4 og 5, som var af mere alvorlig karakter. Næste del af analysen omhandler den semioffentlige interaktion på Instagram, hvor de unges brug af engelsk gør sig gældende på en anden måde, end det var tilfældet på Messenger.

### **4.3 Semioffentlig interaktion på Instagram**

På Instagram sker interaktionen i billedtekster til de billeder, deltagerne lægger ud på deres profiler, og i deres følgers reaktioner i de tilhørende kommentarspor. Kommunikationssituationen på Instagram er anderledes fra Messenger, som vi så ofte bliver brugt til hverdagskommunikation. På Instagram præsenteres i højere grad fx ferie billeder, selvfremstillinger, minder osv., og der gælder desuden ikke samme normer for hurtig respons, som det var gældende i chatten på Messenger.

Allerede i profilteksterne ses det hos flere af de unge, at de skriver informationer om dem selv eller hvor de kommer fra på engelsk. Det kan være relevant at skrive på engelsk, hvis man orienterer sig mod et engelsktalende publikum på sin profil, men også, hvis man vil fremstå på en bestemt måde i forhold til, hvordan andre gerne skal opleve ens profil.

I det følgende analyserer jeg forekomsterne af engelske ressourcer på Instagram, som optræder i den indledende profiltekst, som billedtekster og i kommentarer til billeder. Derfor indleder jeg analysen med at kigge nærmere på, hvordan engelsk optræder i profilteksten hos Molly, hvorefter de følgende uddrag er eksempler på brugen af engelsk i billedtekster og kommentarspor hos deltagerne.



Uddrag 14: "Copenhagen, Denmark"

I uddrag 14 viser Molly med en emoji, der forestiller en knappenål (jf. en knappenål på et verdenskort), at hun befinder sig i "Copenhagen, Denmark". Denne forside til Mollys profil er det første følger ser og der sker allerede her meget identitetsarbejde, for at fremstå som hun ønsker. At hun skriver denne information på engelsk, kan tolkes på flere måder. Det kan skyldes stilistiske overvejelser om, at hun synes, at teksten visuelt ser bedre ud på engelsk end på dansk, eller at hun ønsker at stilisere, hvordan internationale "Instagrammere" (personer med Instagramprofiler og mange følgere) (ordnet.dk, 3) skriver deres profilttekst. Derudover er



det en mulighed, at hun skriver på engelsk for at henvende sig til eventuelt engelsktalende følgere, men fordi jeg ikke har haft adgang til Mollys følgere, er dette ikke noget jeg kan hverken be- eller afkræfte. Ikonerne over hendes billeder er samlinger af "stories" (historier), som er videoklip, der almindeligvis forsvinder fra brugerens profil efter 24 timer. Ved at gemme dem i disse såkaldte "highlights" (højdepunkter) bliver de liggende på Mollys profil og kan på den måde siges at være med til at bidrage til identitetskonstruktionen på hendes profil, fordi de fortsat er mulige at tilgå for hendes følgere. Disse samlinger navngiver Molly blandt andet "Friends" (venner) på engelsk, med emojis af figurer og champagneglas, ligesom hun navngiver et af dem "Fredag". Her er altså ikke en gennemgående og udelukkende brug af engelsk, men det engelske optræder i samspil med de danske ord og semiotiske tegn. På den måde indgår sproglige træk associeret med engelsk som en del af Mollys sproglige repertoire på hendes Instagramprofil ved siden af dansk og andre semiotiske og visuelle ressourcer.

Udover den engelske profiltæks t går det igen på mange af de unges Instagramprofiler, at de benytter sig af engelsk i billedteksterne under deres billeder, fx via citater eller hashtags.

#### **4.3.1 Citater**

Engelsk kan blandt andet optræde i form af engelske citater (evt. i citationstegn) i billedteksten til de unges billeder. Brugen af citationstegn gør, at man som følger bliver opmærksom på, at teksten måske kommer andetsteds fra og bruges i en ny kontekst i billedteksten, og at det dermed ikke er en tekst, vedkommende selv har fundet på til sit billede.



Uddrag 15: "They make me smile, when I see them smile"

Uddrag 15 udgør et billede af Faiza, hvor hun smiller stort, og i billedteksten har hun skrevet citatet "They make me smile, when I see them smile" efterfulgt af emojis, der i farvevalget passer til billedets baggrund. Det er relevant at se på både tekst og billede i analysen af dette uddrag, fordi teksten kan siges at referere til billedet, og omvendt hænger billedet også sammen med billedteksten. Faiza skriver billedteksten i citationstegn og tydeliggør dermed, at teksten måske ikke er hendes egen, men at den er taget fra en anden kontekst. Omvendt kan det også være hendes egen tekst, som hun har sat i citationstegn, fordi det passer til genren her. Faizas

engelske billedtekst kan være en måde at positionere sig på, som fx er inspireret af international kendis- og influencerkultur. Det kan også være en måde at positionere sig som kendte "Instagrammere", som også skriver lignende citater, fordi mange følgere vil kunne spejle sig i denne type filosofisk tekst. Dermed formår Faiza at positionere sig som en bestemt type, dels via billedet af hende selv, der får hende til at fremstå smilende og overskudsagtigt, og dels via den engelske billedtekst, der med sit budskab ligeledes får hende til at fremstå empatisk. Både billedet og teksten formår tilsammen at indikere en form for lethed, glæde og ubekymrethed, som bidrager til, hvordan Faiza optræder på hendes profil på de sociale medier.



Uddrag 16: "Started from the bottom now we're here"

Ligesom Faiza skriver Nabil også citater i nogle af sine billedtekster. I billedteksten i uddrag 16 citerer Nabil den kendte canadiske rapper Drake ved at sætte den engelske sangtekst i citationstegn. Det kræver kendskab til Drakes sangtekster for at forstå referencen i citatet, men man kunne forestille sig, at flere af Nabils følgere deler dette kendskab til rapperen, siden det er en reference, han vælger at benytte sig af. Budskabet og tanken bag Nabils billede og tekst afhænger netop også af (hans vurdering) af hans følgers kendskab til referencen, for at indholdet bliver modtaget som tiltænkt. Både i kraft af billedet og billedteksten formår Nabil at skabe tydelige referencer til rapperen. Dels grundet sangteksten, men dels også grundet Nabils positur og påklædning. Ved at stille sig med korslagte arme i en stor vinterjakke påtager Nabil sig denne selvsikre kendisrolle, der for kendere af Drake og denne reference, formår at drage tydelige paralleller til Drake, som man ser ham optræde i mediebilledet. På den måde danner han flere referencer til Drakes repræsentation af hiphopkulturen. Coupland (2001) beskriver stilisering som "putting on a voice", hvilket netop kan siges at være det, Nabil gør med dette billede. Han skaber denne referenceramme til Drake og hiphopkulturen, og han formår på den måde at træde ind i rollen, han gerne vil fremstå i på sin profil på Instagram. Nabil viser over sit billede, at han befinder sig i tøjbutikken Samsøe & Samsøe, ved at markere det som lokationen for billedet. Dette afslører, at det måske ikke er hans egen jakke, men blot en fra butikken, hvilket er med til at understrege denne rolle, han påtager sig, netop fordi han "låner" jakken og dermed også rollen.

På Stephanies profil er stort set alle hendes billedtekster skrevet på engelsk, som det blandt andet ses i uddrag 17 og 18. Også her er der tale om brug af engelske tekster i form af citater. Som det også kan ses på Faizas og Nabils profiler, er Stephanies Instagram-app på engelsk og derved står "photo", "liked by" og "others" på engelsk frem for på dansk. I Instagrams indstillinger er det muligt selv at vælge sprog. På Stephanies profil er de fleste af billederne af hende

selv, og på flere af dem, kan man ikke se hendes ansigt. Derfor flyttes fokus til hendes fysiske fremtoning, og det går igen på billederne, at hun er iført sort, gråt og hvidt tøj. Hun formår både på de enkelte billeder og på hendes profil som helhed at skabe small stories – små fortællinger, der bidrager til hendes identitetskonstruktion og hendes selvscenesættelse på platformen. Der kan næsten siges at gælde en slags formel eller et tema for det, hun deler på Instagram: Hun viser sig selv og sit tøj frem, som om hun orienterer sig mod kendte og internationale Instagramprofiler, hvis formål netop er at vise tøj og mode frem på en tiltalende måde.



Uddrag 17: "Addicted to you"

Uddrag 18: "Luckiest girl on earth"

I analysen af Stephanies brug af engelsk i sine billedtekster er det nødvendigt også at inddrage billederne, idet Instagram fordrer forskellige modaliteter, som blandt andet er tekst, billede, ikoner, emojis og tags. Det er relevant at se på interrelationen mellem billede og tekst, fordi teksten er med

til at give billedet en merbetydning. I uddrag 17 kan billedet med billedteksten "Addicted to you" tolkes som en måde for Stephanie at fremstå tiltrækkende på i kraft af den bare hud og hendes fysiske posering, ligesom henvisningen til "you", som baseret på hendes øvrige billeder (blandt andet uddrag 18) kan tolkes som en henvisning til hendes kæreste Lukas. Et billede som dette er desuden også en måde at invitere til alignment på, fordi hun så tydeligt iscenesætter sig selv, hvilket afføder anerkendelse, som man må gå ud fra, er i hvert fald én af årsagerne til indholdet på Instagram, hvor deltagerne ofte selv figurerer på billederne. Til billedet i uddrag 18 skriver Stephanie "Luckiest girl on earth" og en emoji med stjerner i øjnene i billedteksten, og det er ikke umiddelbart til at sige, hvad hun henviser til med denne tekst. Her bidrager også kommentarerne til billedet i den samlede analyse af uddraget, fordi Stephanies kommentar "@Lukas Always baby" efterfulgt af en kysseemoji og en hængelås, hvor hun tydeligt henvender sig til Lukas, viser denne relationsbekræftelse, som fortællingen i både billede, tekst og kommentar kan siges at udgøre. Dog afslører det ikke, hvorfor hun er den "heldigste", hvilket er et eksempel på knowing participation, hvor denne form for indforståethed mellem Stephanie og Lukas er med til at delagtiggøre Stephanies følgere i deres relation.

Også i uddrag 19 skriver Stephanie sin billedtekst på engelsk. Her er teksten til gengæld tydeligt målrettet kæresten Lukas, idet hun skriver hans navn (tagger hans Instagramprofil) i teksten "I'm still deeply in love with you" efterfulgt af emojis, der forestiller en kyssemund og en diamantring og kærestens navn. Lukas' svar "Same" (enig) samt hans valg af emojis i svaret til Stephanie (en emoji med hjerter i øjnene og en diamant) minder ligeledes om de to emojis Stephanie brugte i billedteksten, og han viser på den måde også alignment ved at efterligne hendes sprogbrug og valg af emojis.



Uddrag 19: "I'm still deeply in love with you"

Både tekst og emojis lader her til at udgøre en form for offentlig kærlighedserklæring mellem de to, ligesom det var tilfældet i forrige eksempel (uddrag 18), og de to emojis forstærker på den måde meningen med teksten. Som Georgakopoulou (2016) nævner, inviterer det at "tagge" nogen på sine billeder (eller som her i billedteksten) til, at vedkommende responderer og dermed tydeliggør deres relation. Kæresten Lukas svarer Stephanie i en kommentar på engelsk, fordi billedteksten, som også er på engelsk, tydeligt er tiltænkt ham som modtager, mens de øvrige kommentarer til billedet er danske og på den måde snarere optræder som "publikum". Det gælder for de fleste af kommentarerne til Stephanies billede, at valget af emojis ligner hinanden. Disse hjerter eller emojis med hjerter i øjnene symboliserer tydeligt alignment med Stephanies billede via ritual appreciation, i måden alle kommentarerne er positive evalueringer af Stephanie og hendes udseende. Derved er det tydeligt,

hvordan anerkendelsen i kommentarerne er meget ens, selvom de ikke interagerer direkte med hinanden.

Via flere af Stephanies billeder på hendes Instagramprofil formår hun at positionere sig på en bestemt måde. I uddrag 19 formår hun via sin lette påklædning og positur i en seng med en dyne at drage paralleller til en slags "lækkerheds"-positionering, der ydermere forstærkes af hendes interaktion med kæresten i billedteksten. I uddraget udgør relationen mellem billede, tekst og kommentarer også her en small story, og hendes følgere får en lille bid af en fortælling om hendes relation til Lukas sammen med et billede, der kan forbindes med noget privat – også selvom det i denne kontekst bliver delt offentligt. Denne positionering understreges især på de af Stephanies billeder, hvor man ikke kan se hendes ansigt, hvorfor fokus i stedet er på hendes kropslige fremtoning. Man kan også argumentere for, at både Stephanies billeder og teksterne dertil er opstillede og stiliserede. Som en del af hendes identitetskonstruktion på de sociale medier påtager Stephanie sig en bestemt rolle, der poserer på en bestemt måde i noget bestemt tøj – det afsløres på hendes profil, at hun altid ser godt ud og har smart tøj på. Det bliver tydeligt, hvordan hun deler udvalgte og "smarte" billeder af sig selv og sit liv, og hun taler på den måde ind i den perfektionskultur, som er kendetegnende for nogle typer af Instagramprofiler. På andre af Stephanies Instagrambilleder er hun iført markant mindre tøj, hvilket også taler ind i den identitet, hun søger at konstruere på Instagram. Som Jørgensen (2008) påpeger, er der altid et formål med den kommunikation sprogbrugere vælger at benytte sig af. På Stephanies profil kan det betyde, at billedteksterne bevidst er skrevet på engelsk for at understrege denne rolle og identitet, hun søger at konstruere på sin Instagramprofil, som måske adskiller sig fra, hvordan hun ville fremstå, hvis hun valgte at skrive sine billedtekster på dansk. Der ses et eksempel på Georgakopoulous (2016) knowing participation i veninden Fridas kommentar til Stephanies billede i uddrag 19. Via hendes kommentar "Hold kæft hvor er du smuk! (Tjek messenger kvinde)" viser hun,



hvordan de to også har en relation uden for denne kontekst og er i kontakt på Messenger. Denne kommentar fremstår som en måde at vise omverdenen (de øvrige følgere), at Frida og Stephanie har en relation, der går ud over kommentarsporet, og at de altså også er i kontakt i et mere privat forum på Messenger, og ved at offentliggøre denne private relation udviser de desuden et gruppetilhørsforhold over for de øvrige følgere. På denne måde udnytter Frida altså deres polymedie-repertoire ved at gøre Instagram-følgerne opmærksomme på venskabet samtidigt med, at hun gør Stephanie opmærksom på deres private kommunikationsmulighed.

Det går igen hos mange af de unge deltagere, at de skriver deres billedtekster på engelsk. I uddrag 20 benytter Molly sig ligeledes af engelsk i sin billedtekst. Molly skriver "I adore u" (jeg forguder dig) på engelsk, hvor "u" står i stedet for "you" i billedteksten til et billede af hende selv.



Som vi også så det på Stephanies profil i uddrag 17-19, er sammenhængen mellem Mollys billede og billedtekst i uddrag 20 ikke lige så umiddelbar, som vi fx så det hos Faiza i uddrag 15. På billedet skjuler Molly sit ansigt med sine hænder, og teksten "I adore u" siger ikke noget om, hvem hun hentyder til med dette "u" (you/dig). Billedet kan igen siges at være en slags efterligning af, hvordan internationale Instagrammere positionerer sig på Instagram med billeder af

sig selv og via deres billedtekster. Molly formår alligevel at skabe en fortælling med sit billede og teksten, som får følgerne til at blive interesserede i hendes fortælling: Hvem hentyder hun til, og er det måske vedkommende, der har taget billedet? På den måde skaber hendes opslag en fortælling med en række ubekendte, der gør følgeren interesseret. På trods af Mollys 1600 følgere på sin profil (uddrag 14) foregår interaktionen i kommentarfelterne kun mellem hende og hendes veninder. Derfor er det ikke til at sige, om flere af følgerne faktisk er engelsktalende og det dermed er dem, hun også henvender sig til. Som nævnt, er det ikke til at sige, om Mollys engelske profil- (uddrag 14) og billedtekster skyldes, at hun forsøger at ramme et internationalt publikum. Med øje for den voksende branche for influenter og Instagram (se afsnit 3.3.2.) kunne det være én af flere mulige tolkninger, at hun ved at gøre brug af det engelske sprog håber at orientere sin profil og indholdet her bredere ud end bare Danmark og sine danske følgere. Der kan således være tale om et *imagined audience* (se fx Litt & Hargittai 2016). Hvis dette er tilfældet, bliver det engelske sprog her brugt til at vise, hvordan det har en vis status at begå sig på engelsk, og måske det samtidig siger noget om, at man med sin Instagramprofil orienterer sig internationalt eller globalt frem for lokalt. Derudover kan Mollys brug af engelske ressourcer i sin billedtekst også handle om, at hun synes, den engelske tekst egner sig bedst til Instagram-formatet, og at hun med sætningen på engelsk i højere grad synes, hun kommunikerer den tiltænkte følelse med opslaget ud på en anden måde, end det havde været tilfældet med sætningen på dansk, hvilket i øvrigt også kan siges at gælde i Stephanies billedtekst i uddrag 19. Både i sin profil- og billedtekst skriver Molly "Copenhagen" frem for København, for at referere til, hvor hun kommer fra, og hvor billedet er taget. Også her kan det skyldes stilistiske årsager og overvejelser om hendes orientering mod at efterligne internationale Instagramprofiler, at Molly vælger at skrive på engelsk.

### 4.3.2 Hashtags

Udover at det er muligt at skrive billedtekster under sine billeder, muliggør Instagram også brug af hashtags. Ved at skrive kategorier, der kan siges at passe til billedet, fx "#tegning", kan man søge hashtagget frem på Instagram og se alle de billeder, der er kategoriseret på samme måde. Hashtags bruges også som en slags merbetydning til billeder, så man fx kan markere et ord som et hashtag, og følgerne vil vide, at det er en del af forståelsen af billedet. Funktionen i hashtags adskiller sig dermed fra datamaterialets øvrige eksempler på de unges brug af engelske ressourcer. Hos nogle af deltagerne (uddrag 21) fungerer disse hashtags som funktionsnyttige, snarere end de bruges af fx betydningsskabende årsager. Derudover lader brugen af hashtags også til at være en slags Instagram-norm, som deltagerne måske også har set på større eller internationale profiler, fordi disse hashtag-kategoriseringer netop kan øge søgbarheden og dermed synligheden og udbredelsen af ens indhold (fordi billeder med hashtags dermed optræder i søgninger). Som vi har set, benytter mange af deltagerne sig af engelske ressourcer i deres billedtekster, hvorimod kun få af de unge skriver engelske hashtags under deres Instagrambilleder. Hos deltagerne optræder der hashtags på et par af drengenes profiler, mens det slet ikke optræder på pigernes profiler. Både på pigernes og drengenes profiler skriver de engelske billedtekster, men hvor det hos pigerne er kommentarerne til billeder af dem selv, der fylder, er der hos drengene mindre interaktion i kommentarsporene, og de er tilmed som oftest ikke selv med på billederne. På drengenes profiler bruges hashtagget både som informationsgivende kontekst og til at kategorisere deres billeder, så de er søgbare. I uddrag 21 nedenfor ses, hvordan Adam bruger hashtags til at kategorisere sit billede. Hans valg af hashtags hænger tydeligt sammen med både billedtekst og billede, idet det er beskrivende for motivet på billedet. De ti "synes godt om"-reaktioner han har fået til billedet, vidner om, at hans brug af engelsk på sin profil ikke nødvendigvis handler om at interagere med et bredt og internationalt publikum, men i

højere grad blot er en del af den positionering og selviscenesættelse han med sin profil stiler imod. Dette stemmer i øvrigt overens med, at sproget på både Adam og Jamirs profil (uddrag 22) er indstillet til dansk, hvilket kan ses i teksterne "Billede", "Synes godt om" og muligheden for at "Se oversættelse" under billedteksten (fordi teksten er på engelsk) i modsætning til flere af de andres profiler, hvor sproget var indstillet til at være engelsk.



Uddrag 21: "#drawing"

Adam skaber en small story ved at supplere sit billede med en længere billedtekst, der fungerer som en fortælling til billedet, og som på den måde skaber en relation til billedet. Brugen af engelsk her siger noget om måden, han vælger at positionere sig på – måske fordi det kan virke mere seriøst eller professionelt at skrive tekst på engelsk, eller også er han af den holdning, at det engelske passer bedst til platformen og til hans formål med brugen af Instagram. Tegninger som denne går igen på Adams profil, hvorfor det bliver tydeligt, hvilken fortælling han vil skabe med sit indhold på sin profil, og hvilket tydeligt fokus han har på netop at dele sine kreationer. Derfor kan både hans brug af engelsk og måden, han fremstiller sig selv på være en efterligning af andre Instagramprofiler, der gør det samme og har samme fokus som ham. I forlængelse heraf er Jamirs billede i uddrag 22 endnu et eksempel på, hvordan han også skriver både engelske billedtekster og engelske hashtags.



Uddrag 22: "#lifeisgood"

Hvor Adam bruger engelske hashtags til at kategorisere sit billede med engelske genkendelige og søgbare ord, benytter Jamir sig både af søgbare ord, som fx "#hot" (varmt) og "#lebanon" (Libanon), men han konstruerer også selv hashtags ved at sætte flere ord sammen, som fx "#needicecream" (har brug for is). Disse selvkonstruerede hashtags fungerer i højere grad som en måde at få denne merbetydning med til billedet, snarere end det handler om at gøre billedet søgbart på Instagram. Dermed bidrager

hashtaggene til følgernes forståelse af billedet og konteksten. Disse er nødvendige for at understrege Jamirs ønskede tolkning af billedet, idet billedet af en udsigt i sig selv kan tolkes på flere forskellige måder. På den måde bruger Jamir både billedteksten og hashtaggene til at sige noget om, hvordan billedet skal læses – ligesom han bruger de engelske ressourcer her til selv at fremstå på en bestemt måde. Han formår at vise sine følgere, at han har det godt ("lifeisgood") i varme Libanon og bruger blandt andet også memet "niggasbelike" og "daaaamn" til at beskrive, hvordan hans ferie fremkalder netop følelsen og udtrykket som "damn" repræsenterer. Jamir supplerer desuden sin tekst "see you" med flere emojis. En af disse emojis er en pil og teksten "soon" efterfulgt af det danske flag, og han får på den måde kommunikeret (via engelsksprogede emojis), at han snart skal hjem mod Danmark. Dermed bruger han emojis til at kommunikere på i samspil med billedteksten. Jamirs engelske billedtekst "So good weather in lebanon 34 celsius" (så godt vejr i Libanon 34 grader) kan tolkes som et forsøg på at efterligne et typisk og amerikaniseret eller internationalt eksempel på Instagramtekster, som skrives på engelsk. Antallet af "likes" siger noget om, at det måske ikke kun er hans private venner, der følger med på profilen, idet der er 352 personer, der har givet deres mening til kende ved at synes godt om hans billede. Det er svært at afgøre, hvem følgerne er, blandt andet fordi der ingen interaktion er i kommentarsporene til Jamirs billeder. Adam og Jamirs forskellige måder at anvende engelske hashtags på vidner om deres brug af Instagrams affordances, fx i måden hashtags kan bruges som kategorisering eller som merbetydning til billedteksterne. Denne brug af Instagram, som vi ser på drengenes profiler, siger altså noget om, hvordan de ikke på samme måde, som det gjorde sig gældende hos pigerne, opfordrer til interaktion eller anerkendelse med deres profiler. Dog er de stadig bevidste om, hvordan de gerne vil fremstå på platformen og bruger således deres fremtræden på Instagram som et greb i deres selviscenesættelse, blandt andet via deres sprogbrug og i kraft af de billeder, de deler.

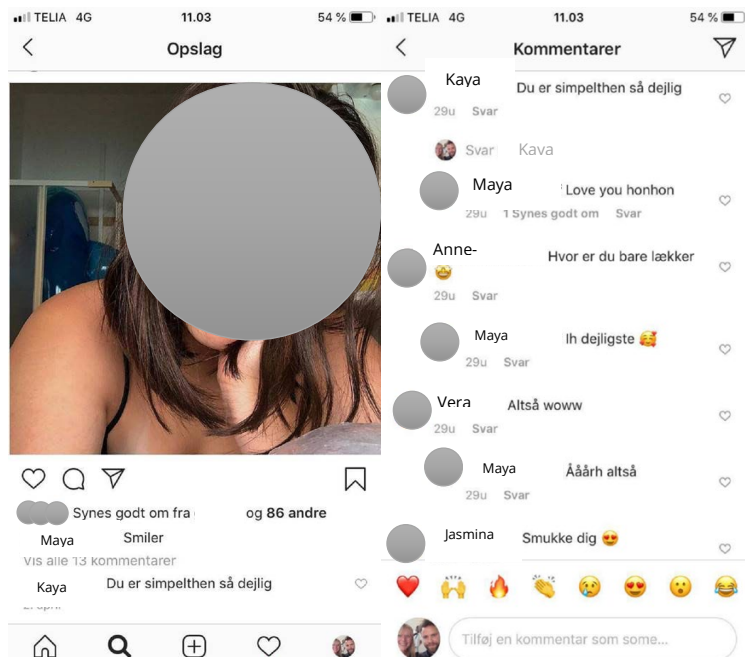


Udover at de unge benytter sig af engelske ressourcer i deres billedteksten, optræder der også hyppigt engelsk i kommentarsporene til billederne. I det følgende viser jeg eksempler på, hvordan der ofte på pigernes profiler optræder engelsk, når de evaluerer positivt på hinandens billeder.

#### **4.3.3 Positiv respons og evalueringer i kommentarsporet**

I kommentarsporene interagerer de unge i høj grad med hinanden ved at skrive positive kommentarer om hinandens udseende på dansk, som fx "Hvor er du bare lækker" (uddrag 23) og "Du ser røv dejlig ud" (uddrag 24). Men som det bliver tydeligt i de følgende eksempler, optræder der i flere af disse positive evalueringer også engelske ord, der fx bruges til at forstærke budskabet eller graden af positivitet. Jeg undersøger i dette afsnit blandt andet, hvordan disse kommentarer kan bidrage til deltagernes identitetsdannelse, fordi denne anerkendelse i kommentarsporet kan have stor betydning, når de unge offentliggør billeder af sig selv på Instagram og på den måde søger bekræftelse.

Til Mayas Instagrambillede i uddrag 23 skriver veninderne positive kommentarer til og om hende, og i interaktionen, der optræder i kommentarsporet, benytter de unge flere gange engelske ord og sætninger. Maya svarer veninden Kaya med sin engelske kommentar "Love you honhon" (honey red.), selvom Kayas kommentar var på dansk, og det er ligeledes et eksempel på, hvordan der ikke sker en tilpasning af sproget i interaktionen, ligesom det var tilfældet på Messenger (uddrag 10). Det tyder på, at de unge også i kommentarsporene anvender både dansk og engelsk i deres interaktion som en flydende del af deres sproglige repertoire, fordi de kan kombinere sprogene uafhængigt af det sprog, der ellers optræder i interaktionen.



Uddrag 23: "Love you honhon"

I denne uformelle interaktion i kommentarsporet er omdrejningspunktet at vise hinanden alignment via det, Georgakopoulou (2016) kalder ritual appreciation – at give hinanden positive evalueringer. I uddrag 23 bruges Mayas svar "Love you honhon" som ritual appreciation i måden, hun bekræfter Kaya og hendes indledende smigrende kommentar til billedet. Denne engelske anerkendelse "Love you" kan desuden virke mere uformel end det tilsvarende danske "elsker dig". Det engelske "love you" fungerer til at vise denne alignment, hvorimod den danske oversættelse i højere grad trækker på nogle følelsesmæssige og mere intime konnotationer, som man eksempelvis ville benytte sig af i en mere privat kærlighedsrelation – hvor det måske tilmed ville være upassende at bruge det engelske udtryk. Alligevel fungerer disse kommentarer som relationsopbyggende og -vedligeholdende mellem veninderne, fordi de her proklamerer deres relation offentligt.

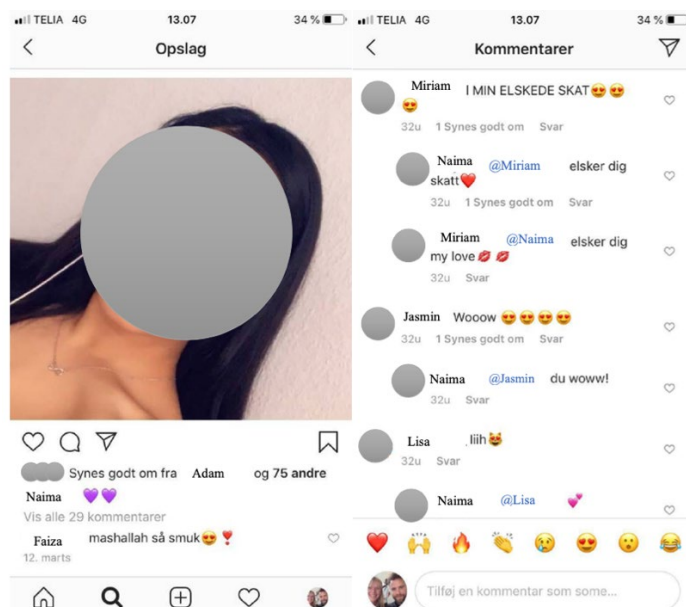
Uddrag 24 er et billede, som Maya tager af sig selv i et spejl, hvortil hun i billedteksten skriver, at hun skal "På den igen". Ud fra en tolkning af hendes øvrige Instagrambilleder kan det være en hentydning til, at hun er ved at gøre sig klar til at tage til fest.



Uddrag 24: "Daaamn"

Den positive respons, der optræder i kommentarsporene til deltagerens Instagrambilleder, er anerkendelse af deres udseende, som det også bliver tydeligt i kommentarerne til Mayas billede ovenfor. Som nævnt, skrives flere af disse udelukkende på dansk eller ved brug af emojis, som fx Laras kommentar, som blot består af en emoji med hjerter i øjnene. Kommentarer som dem i dette uddrag er med til at bekræfte de unge (i deres udseende), idet det lader til at være noget af det, der også er på spil i dette kommentarspor. Mayas deling af billedet og denne offentliggørelse af, at hun skal til fest, bidrager til hendes konstruktion af sit selv billede som social og måske også populær (fordi det er implicit, at hun er

inviteret til en fest), selvom der ikke indgår nogle reelle oplysninger om, hvad hun skal. Denne genre, der muliggør at man offentliggør billeder af sig selv, kalder næsten på ritual appreciation, der næsten med garanti kan siges at være sikker i kommentarsporet. Også her optræder der engelsksprogede evalueringer i kommentarerne. Veninden Signe kommenterer "Daamn" (hold da op) efterfulgt af en emoji med hjerter i øjnene, og denne engelsksprogede kommentar efterligner engelsk stiliseret sprogbrug med det lange 'a', som en kommentar til noget, man er overrasket over eller vild med. Dette ene korte ord indeholder altså en merbetydning, som ikke er nødvendig for Signe at uddybe, for at få sit budskab tydeligt igennem til Maya. Ved at dele sin begejstring for billedet i kommentarsporet (i modsætning til fx en privat besked) viser hun samtidig omverdenen og Mayas andre følgere deres relation, og hvad hun synes om Mayas billede. Kommentarerne bidrager i samspil med billedet, altså på den måde også til at positionere Maya på en positiv og eftertragtet måde. I uddrag 25 ser vi også flere eksempler på ritual appreciation i kommentarsporet til Naimas selfie.

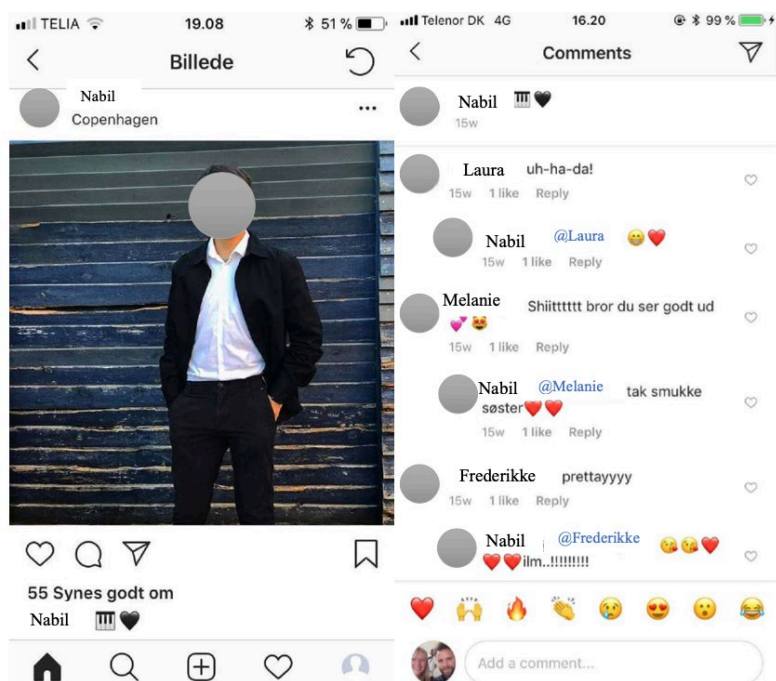


Uddrag 25: "elsker dig my love"

Veninden Miriam kommenterer Naimas selfie med teksten "MIN ELSKEDE SKAT" i versaler, som for at understrege og visuelt tydeliggøre sin kommentar. Kommentaren suppleres af emojis med hjerter i øjnene, hvortil Naima på dansk svarer "elsker dig skatt" efterfulgt af et hjerte. Til denne kommentar svarer Miriam med kommentaren "elsker dig my love" og benytter sig nu af det engelske "my love", som minder om hendes første kommentar på dansk. Her ses altså, hvordan Miriam trækker på både dansk og engelsk i sit sproglige repertoire, og for ikke at gentage sin første kommentar, anvender hun engelsk i sin anden kommentar, selvom budskabet stort set er det samme. Dette er et eksempel på ritual appreciation i måden, de to veninder offentligt bekræfter deres relation til hinanden i kommentarsporet og på den måde viser anerkendelse. Også her bliver det tydeligt, hvordan samtlige anerkendende kommentarer i kommentarsporet i høj grad minder om hinanden både i valg af ord og emojis, der alle har hjerter eller kyssemunde, og som bidrager til at udtrykke og bekræfte relationerne i dette semioffentlige forum. De anerkendende ord fortsætter i kommentarsporet. Jasmin skriver "Woow" efterfulgt af fire emojis med hjerter i øjnene, hvortil Naima svarer hende med næsten samme kommentar. Udtrykket kan associeres med engelsk og bliver her brugt som evaluerende respons i måden, det udtrykker Jasmens positivitet over for Naimas billede. Kommentarsporet til Naimas billede er et eksempel på, hvordan denne positive evaluering og ritual appreciation ofte optræder på de unges Instagramprofiler, hvor denne anerkendelse lader til at være et af formålene med at dele og offentliggøre billeder og selfies på platformen. Venindernes positive evalueringer i kommentarsporet til Naimas billede er desuden med til at udtrykke et vist gruppetilhørsforhold mellem dem og Naima, ligesom deres engagement og anerkendelse i kommentarerne er med til at bidrage til fortællingen i Naimas selfie. Ser vi på billedet, "likes" og kommentarer som en samlet fortælling, fremstår Naima både anerkendt og elsket blandt sine veninder og følgere, der

synes godt om billedet. Fortællingen havde været en anden, hvis ikke der var nogen, der syntes godt om billedet eller skrev rosende kommentarer. På den måde kan man sige, at denne interaktion, der finder sted under Naimas billede, er med til at konstruere en identitet og et selvbillede hos hende.

Selvom denne positive respons oftest optræder på pigernes profiler, ses det også i kommentarsporene til nogle af Nabil's Instagrambilleder, hvoraf der i flere af de smigrende kommentarer fra hans veninder indgår engelske ord. Dette ser vi blandt andet i uddrag 26.



Uddrag 26: "prettayyyy"

I Melanies kommentar "Shittttttt bror du ser godt ud" til Nabil's billede bliver det engelske "shit" (som på dansk fx kan oversættes til et udtryk som hold da kæft) og de mange t'er brugt som et udtryksord for at forstærke hendes mening om hans udseende på billedet, i stil med det vi så indledningsvist i de unges brug af udtryksordet "fuck" (uddrag 1). Frederikke kommenterer billedet med det engelske "prettayyyy", som er

en stiliseret udgave af "pretty" (smuk), hvor der ligeledes er tryk på ordets sidste bogstav, som i kommentaren vises ved de gentagende y'er. I Nabils svar til denne kommentar ses desuden, hvordan det danske "i lige måde", ligesom vi så det med de engelske internetforkortelser, er blevet til forkortelsen "ilm". Dette er et tydeligt eksempel på, hvordan de unge som sprogbrugere, grundet deres kendskab til de engelske internetforkortelser, tilpasser og bruger lignende i deres egen digitale interaktion, som her er på dansk. Ser vi dette billede i forhold til Nabils billede i uddrag 16, er det tydeligt, hvordan han formår at iscenesætte sig selv på forskellige måder på de to Instagrambilleder.

Ud fra deltagernes Instagrambilleder er det blevet tydeligt, hvordan de anvender engelske ressourcer til at fremstå på en bestemt måde på deres profiler, og at der skabes alignment i kommentarsporene, hvori der ofte optræder ord, der kan associeres med engelsk. I næste afsnit opsummerer jeg analysernes resultater, hvorefter jeg diskuterer disse fund og hvordan der er forskelle og ligheder at finde i de unges brug af engelsk på Messenger og Instagram.

#### **4.4 Forskelle og ligheder i brugen af engelsk på Messenger og Instagram**

Mine analyser af deltagernes brug af engelsk på Messenger og Instagram viser, hvordan de unge hyppigt og umarkeret anvender engelske ord og udtryk i deres interaktion med hinanden på de to sociale medier. Der er således noget, der tyder på, at der er opstået en fælles norm for sprogbrug blandt de unge, hvor det at anvende sproglige træk associeret med engelsk fremstår både uproblematisk og upåfaldende, når de skriver online. Selvom de unge bruger engelsk på begge sociale medier, peger mine analyser på, at der både er en række forskelle og ligheder forbundet med brugen af engelsk på tværs af de to platforme. Inden jeg diskuterer disse forskelle og ligheder, vil jeg kort samle op på, hvad der

på baggrund af de unges interaktioner karakteriserer brugen af engelsk på henholdsvis Messenger og Instagram.

Mine analyser af den private interaktion på Messenger peger på, at der optræder mange engelske internetforkortelser af økonomiseringsmæssige og tidsbesparende årsager, lige så vel som af hensyn til det kommunikative flow (Hansen & Stæhr 2021). Derudover kan det skyldes, at der ikke i alle tilfælde findes en dansk forkortelse med tilsvarende betydning (uddrag 3). Jeg har vist, hvordan de unge anvender engelsk, når situationen inviterer til uformel og uhøjtidelig interaktion, og hvordan nogle deltagere i højere grad skriver på dansk, når de føler sig sårbare i interaktionen (uddrag 4 og 5). Det er blevet tydeligt, hvordan der både optræder hele engelske sætninger og enkelte engelske ord, fx ord som "same" (uddrag 1) og "maybe" (uddrag 7-9), der optræder flere gange hos deltagerne. I andre tilfælde lader det til at være et spørgsmål om mere individuel variation i de ord, deltagerne skriver på engelsk frem for på dansk (uddrag 7-11). Afslutningsvis har jeg vist, hvordan flere af de unge på Messenger trækker på et fælles kendskab til engelske internetfænomener, som fx udtrykket "be like", som de bruger til at forklare en stemning eller hvordan noget forholder sig. I den semioffentlige interaktion på Instagram viser det sig, at deltagerne bruger engelske sætninger og citater i deres billedtekster under deres Instagrambilleder, som vi blandt andet så det hos Faiza og Nabil (uddrag 15 og 16). På flere af deltagernes Instagramprofiler kan billede, billedtekst og kommentarspor siges at udgøre small stories, hvor mediets affordances tilsammen bidrager til de unges selvscenesættelse og identitetskonstruktion. Derudover anvender enkelte af drengene engelske hashtags, dels for at give merbetydning i billedteksten, og dels for at kategorisere deres billeder på Instagram, hvorfor der kan siges at være en interrelation mellem billede og tekst. Det er blevet tydeligt, hvordan der sker en høj grad af positiv respons på især pigernes profiler, når de kommenterer hinandens billeder med rosende ord, hvori der ofte indgår engelske ressourcer. Også her anvendes



engelsk til at få budskabet til at fremstå mere uformelt og distanceret, end hvis det var skrevet på dansk (fx "love you" frem for "elsker dig" (uddrag 23)). Interessant er det, at denne interaktion i kommentarsporene sjældent er at finde på drengenes profiler. Det ses dog hos Nabil (uddrag 26), hvor han får mange positive tilbagemeldinger til billedet af sig selv fra sine kvindelige følgere. Alligevel siger det noget om deltagernes brug af og hensigter med platformen, idet det lader til, at pigerne i højere grad end drengene stiler efter anerkendelse og selviscenesættelse på deres profiler.

En forklaring på de forskelle jeg finder i brugen af engelsk på tværs af de to medier, kan findes i de affordances, der gør sig gældende på henholdsvis Messenger og Instagram, og dermed også i de forskellige kommunikationskulturer, der findes på de to platforme. Hvor Messenger bliver brugt til hverdagskommunikation, og hvor der hersker normer for hurtig respons og flow i interaktionen, er det anderledes på Instagram. Her foregår interaktionen blandt andet i kommentarsporene, som ikke er præget af denne flydende og vedvarende interaktion/dialog, men som snarere består i enkeltstående kommentarer til billeder, der samlet set udgør en række af kommentarer. Når det fx gælder internetforkortelserne, som kun optræder på Messenger, kan det netop skyldes disse normer for økonomisering og hurtig respons, der er til stede i den digitalt medierede interaktion. De samme normer gælder ikke på Instagram, hvorfor der her ikke er samme behov for fx internetforkortelser. Derudover så vi i analysen også eksempler på, at nogle engelske forkortelser ikke findes tilsvarende på dansk. Fordi indholdet i chatkorrespondancerne bærer præg af at være hverdagsrelateret og af praktisk karakter (fx spørgsmål om mødetidspunkt, fester, lektier osv.), kan man også tale om, at ordvalget hos de unge afspejler dette. Her optræder der engelske ressourcer, når interaktionen er uformel, og ord, der kan associeres med en hverdagspræget stemning. Brugen af ord som fx "what", "lol" og "nice" peger netop på, at de unge i mange tilfælde anvender Messenger som platform til at diskutere hverdagslige emner, fordi kommunikations-

kulturen her tillader det. På Instagram er interaktionsformen en anden end det er tilfældet på Messenger, blandt andet fordi mediet bruges til et andet formål end chat. Pladsen til at interagere på (både i billedtekst og kommentarer) er begrænset på Instagram i forhold til på Messenger, hvor tekstdeling er et af mediets primære funktioner. Dog ser vi alligevel, hvordan flere af de unge oftest udveksler korte beskeder med hinanden – jf. normerne for økonomisering og hurtig respons. Til gengæld er beskederne på Messenger flere og hyppigere end på Instagram, hvor mængden af kommentarer til billederne er forholdsvis lille. På Instagram fordrer platformen korte tekster, fordi det oprindelige fokus på mediet var billederne. Dette gælder også for de unges brug af mediet, hvorfor det også blandt dem er tydeligt, at både billedtekster og kommentarer indeholder få men evaluerende ord, så hensigten med kommentarerne er tydelig, hvilket i mange tilfælde netop kan opnås via de engelske ressourcer. Derudover anvendes engelsk på Instagram af de unge i højere grad til at positionere sig selv på. Her bruges engelsk både i profil- og billedtekster samt i kommentarsporet i de unges positive evalueringer til hinandens billeder og på den måde til at skabe alignment og tilhørsforhold til hinanden. Både i billedteksterne og i kommentarerne bruges de engelske ressourcer til at positionere de unge og dermed opnå den ønskede selvfremstilling på platformen. Dette sker fx ved at vise positionering mod en amerikansk eller international influencer-kultur, fx via ens fysiske fremtoning på billederne, eller ved at trække på popfænomener, som fx sangtekster fra kendte musikere. Selvom brugen af engelsk på de to medier kan siges at være forskellig, kan brugen af engelsk i fx memes på Messenger minde om denne ovenfor beskrevne brug af engelsk på Instagram. Begge steder optræder nemlig en brug af engelsk, som viser orientering mod velkendte referencer, hvilket bidrager til deltagernes identitetskonstruktion på de sociale medier. Dette ses i måden de unge gør brug af engelsk på en stilistisk måde, som vi eksempelvis så det i uddrag 17 og 18, hvor Stephanie bruger engelsk i sine billedtekster til at

positionere sig selv. På Instagram gælder meget af de unges sprogbrug i analyserne om at positionere sig bedst muligt og om at vise sig selv og sine omgivelser frem på en bestemt måde. Således har deres opslag på Instagram karakter af at være små hverdagsfortællinger, hvor brugen af engelsk bidrager til, at disse fortællinger bliver fortalt på en måde, der understøtter deres ønskede positionering og selv-scenesættelse. Der er imidlertid også ligheder mellem de unges brug af engelsk på Messenger og Instagram. Det er fælles for brugen af engelsk på begge platforme, at de unge anvender det på en umarkeret måde, hvilket afslører, hvordan engelsk er blevet en del af deres sproglige repertoire. Derfor anvender de også engelsk i deres online interaktion, som altså omfatter både Messenger og Instagram, selvom vi har fået beskrevet, hvordan de to medier har forskellige kommunikationskulturer. På begge platforme ser vi, hvordan de unge bruger engelske ressourcer på lige fod med de danske, fx som enkelte ord i danske kontekster i sætninger på Messenger og i kommentarsporene på Instagram. Mens jeg i analyserne har vist, at de unge gør brug af engelsk på forskellige måder på Messenger og Instagram, har jeg i dette afsnit diskuteret, hvad disse forskelle kan skyldes. Derudover har jeg tydeliggjort, at der trods alt er ligheder mellem deltagernes engelske sprogbrug på tværs af de to sociale medier. I det næste og afsluttende kapitel redegør jeg for afhandlingens samlede resultater og ser dem i et samfundsmæssigt perspektiv.

## 5 KONKLUSION

Det engelske sprog har længe haft en høj status blandt unge, hvilket Preisler (1999) og Jarvad (2001) tidligere har pointeret. Der er på baggrund af denne afhandling ikke noget, der tyder på, at denne status er blevet mindre. Tværtimod tyder de unges frekvente brug af engelsk på, at sproget er blevet en fast ressource i deres ungdomsstil, og at de orienterer sig mod et allerede etableret normsæt om netop denne brug af engelsk. Det er altså ikke noget nyt, at unge anvender engelsk i deres dagligdag og hermed også i deres interaktion med hinanden. Det nye er, at jeg med denne afhandling kan dokumentere empirisk, hvordan de unge i dag også anvender engelsk i deres online interaktioner på de sociale medier i henholdsvis private og semioffentlige kontekster på Messenger og Instagram. Med denne afhandling har jeg besvaret forskningsspørgsmålet: *Hvordan anvender unge gymnasieelever engelske ord og udtryk i digitalt medieret interaktion med deres venner på Messenger og Instagram?* Og herunder var jeg særligt interesseret i at belyse: (1) Hvilke kommunikative funktioner har engelske ord og udtryk i de unges online interaktion, og hvordan indgår engelsk som ressource i de unges identitetsarbejde? (2) Hvilke forskelle er der på brugen af engelske ord og udtryk hos de unge på tværs af private og semioffentlige sociale medier som Messenger og Instagram? Selvom Messenger og Instagram fordrer forskellige muligheder for interaktion og er kendetegnende for forskellige kommunikationskulturer, er det fælles for de unges interaktion på tværs af de to platforme, at der optræder en høj grad af engelske ord og udtryk, når de kommunikerer med hinanden. Det er i kraft af mine analyser blevet tydeligt, hvordan forskellig brug af engelsk gør sig gældende på de to medier, og hvordan brug af engelsk kan tilskrives forskellige kommunikative funktioner afhængigt af, hvilket socialt medie, der interageres på (se afsnit 4.4 for en detaljeret diskussion af forskellene).

Med afhandlingen finder jeg altså, at de unge overordnet set anvender engelske ressourcer på forskellige

måder, og at brugen af engelsk har forskellige kommunikative funktioner på henholdsvis Messenger og Instagram. Det skyldes først og fremmest mediernes forskellige affordances, hvor fokus er på chat og deling af hverdagsinformationer på Messenger, mens det er billeddeling og selviscenesættelse på Instagram. Jeg har gennem mine analyser af de unges interaktion på Messenger vist, hvordan de unge her anvender engelsk både som enkeltstående ord og i danske sætninger. De bruger engelske internetforkortelser, som slet ikke optræder på Instagram, og der er eksempler på, hvordan nogle deltagere i højere grad anvender dansk frem for engelsk, når der kan siges at være noget på spil i interaktionen (uddrag 4 og 5). Derudover anvendes engelsk også som en uformel stemningsmarkør i korrespondancerne, hvilket blandt andet kommer til udtryk i måden, hvorpå de unge anvender engelske internetfænomener (uddrag 13). På Instagram er de kommunikative funktioner af de engelske ressourcer imidlertid anderledes. Her indgår engelsk snarere som en ressource i de unges profil- og billedtekster til at positionere dem på en positiv måde. Dette kommer i nogle tilfælde til udtryk som en orientering mod fx at ligne internationale Instagramprofiler (fx uddrag 14 og 20), og i de unges positive evalueringer til og om hinanden, som også bidrager til deres identitetskonstruktioner (fx uddrag 23 og 25).

Som nævnt indledningsvist bliver brugen af engelsk herhjemme ofte brugt som eksempel i domænetabsdebatten i medierne. Selvom det ikke er nogen ny erkendelse, at de unge benytter sig af engelsk i deres sprogbrug, fylder domænetabsspørgsmålet fortsat i den offentlige debat om, hvorvidt vi som sprogsamfund bør lade engelsk fylde så meget, eller om vi i stedet skal opstille en række sprogpoltiske regler og restriktioner for sprogbrugen. Som Andersen (2020) pointerer, handler denne brug af engelsk for skeptikerne ikke nødvendigvis kun om mængden af de engelske ord, men om den kultur, som ordene repræsenterer – fx amerikanisering. For nogen kan det tilsyneladende virke som en trussel, hvis Danmark skulle vise sig at ligge under for

en stigende amerikanisering og dermed en stigende brug af det engelske sprog. Dog tyder min undersøgelse blandt de unge ikke på, at det danske sprog er i fare for at blive udkonkurreret af engelsk. Det er tydeligt, at de unge i kraft af deres efterhånden så internationale og globale udsyn og vanlige omgang med internettet og medier i det hele taget, tager både ord og internetfænomener til sig. Dette fordi de som sprogbrugere eksempelvis opdager sproglige huller i det danske sprog, blandt andet når der er ord eller udtryk, der kun findes på engelsk. Netop dette pointerede Andersen også i 2004, hvor en deltager i hendes undersøgelse udtalte, at "det engelske sprog har flere nuancer end det danske. Der er derfor større mulighed for at finde det rette ord på engelsk da ét engelsk ord ofte erstatter flere danske med samme betydning" (Andersen 2004, 130).

Interessant er det, hvordan engelske ressourcer anvendes af de unge på en så umarkeret måde, der afslører, hvordan det er blevet en del af deres ungdomssproglige repertoire på linje med ressourcer, der traditionelt set ville associeres med dansk. Dermed vil det nok vise sig, at engelsk i højere grad optræder mellem unge mennesker end i interaktion mellem fx unge og ældre. I en fremtidig undersøgelse kunne det derfor være interessant at undersøge, hvor meget de engelske ressourcer fylder i interaktionen mellem den unge og ældre generation – både i og uden for de digitale medier. Dette eventuelt som en opdateret og udvidet version af Rathjes (2010) undersøgelse af generations-sproglige træk, hvor blandt andet brugen af engelsk også dengang indgik som karakteristisk for de unge. Ligeledes havde det været interessant i forbindelse med denne afhandling at have indsamlet metasproglige refleksioner fra de unge deltagere, for at høre deres egne bud på i hvor høj grad de anvender engelsk i deres online interaktion med hinanden og ikke mindst hvorfor.

Afhandlingen placerer sig i et felt, hvor den danske befolknings holdninger til engelsk i Danmark er blevet undersøgt, ligesom det også er undersøgt, hvordan brugen af engelsk blandt unge udgør en vigtig ressource i

identitetskonstruktion. Flere af undersøgelserne baserer sig på talesprog og interviews med de unge – og andre aldersgrupper – hvor min afhandling koncentrerer sig om den skrevne interaktion på de sociale medier Messenger og Instagram. Med den stigende brug af de sociale medier, bidrager min undersøgelse til et vigtigt aspekt i forståelsen af danske unges sprogbrug og brug af engelsk i deres dagligdag, fordi de dagligt bruger mange timer ved tastaturet og interagerer med hinanden via en bred vifte af sociale medier. Det at skrive på engelsk er altså i dag ikke noget, der er forbeholdt skolestile, hvor man kan vælge mellem at skrive enten britisk- eller amerikansk-engelsk. Engelsk er også blevet en del af hverdagsskriftsproget, hvor det er blevet almindeligt at anvende engelsk i større eller mindre grad i hverdagsinteraktionen med vennerne. Ydermere er det også muligt at orientere sig mod andre sproglige normcentre end de etablerede "dansk-engelske ordbøger", ved at stilisere den måde ens internationale idoler bruger engelsk på på Instagram. Andersen (2004, 232) understregede dette med sin undersøgelse: "Man kan altså sige at selvom engelske lån er identitetsskabende for de unge, er der ikke tale om at engelsk påvirker unge til at lægge afstand til det at være dansk". Og i forlængelse af denne pointe kan man desuden fristes til at spekulere i, hvordan mange af de ord, der dengang betragtedes som engelske "lån", nok ikke i dag vil kategoriseres på samme måde, men derimod være optaget som danske. I min undersøgelse bliver dansk og engelsk af de unge selv behandlet på lige fod, hvilket kunne tyde på, at disse grænser for, hvad der er henholdsvis dansk og engelsk, er blevet mere flydende. Med denne afhandling er det altså blevet tydeligt, hvordan interaktionen mellem de unge deltagere foregår med brug af engelske ord og udtryk, men på en uproblematisk måde, idet det ikke bliver kommenteret eller i øvrigt giver anledning til undren. De unge benytter sig af disse engelske ressourcer som en del af deres sproglige repertoire, og det skyldes blandt andet, at de dagligt præsenteres for sproget på de medier de omgiver sig med og i den hverdag, de i dag befinder sig i. Ud fra mine analyser i

afhandlingen er der således ikke nogen utryghed at spore hos de unge og ej heller tegn på, at det engelske sprog skal gå hen og overtage det danske – for størstedelen af deres interaktion foregår trods alt stadig på dansk.



## 6 REFERENCER

### 6.1 Litteratur

Agha, Asif (2007). *Language and Social Relations*. Cambridge University Press.

Andersen, Margrethe Heidemann (2004). *Engelsk i dansk: Sprogholdninger i Danmark. Helt vildt sjovt eller wannabeagtigt og ejendomsæglerkækt?* Ph.d.-afhandling Københavns Universitet (2002). Dansk Sprognævn, København.

Andersen, Margrethe Heidemann (2007). Come on, let's play some matador! En undersøgelse af kodeveksling hos unge. Andersen, Margrethe Heidemann et al. (2007). *Ved lejlighed. Festskrift til Niels Davidsen-Nielsen i anledning af 70-års-dagen. Dansk Sprognævns skrifter 39*. Dansk Sprognævn, København. 51-62.

Andersen, Margrethe Heidemann (2020). Engelske lån i dansk: Nice to have eller need to have? *NyS – Nydanske Sprogstudier 58*. 9-37.

Androutsopoulos, Jannis (2013). Online Data Collection. Mallision, Christine et al. (2013). *Data Collection in Sociolinguistics. Methods and Applications*. New York/London Routledge. 233-244.

Androutsopoulos, Jannis (2021). Polymedia in Interaction. *Pragmatics and Society, vol. 12, no. 5*. John Benjamins Publishing Company.

Auer, Peter (1995). The Pragmatics of Code-Switching. A Sequential Approach. Milroy, Lesley & Pieter Muysken (red.). *One Speaker, Two Languages: Cross-Disciplinary Perspectives on Code-Switching*. Cambridge University Press.

Auer, Peter (1998). *Code-Switching in Conversation: Language, Interaction and Identity*. Taylor & Francis Group.

Bell, Allan (1984). Language style as audience design. *Language in Society, vol. 13, no. 2*. Cambridge University Press. 145-204.

- Blommaert, Jan (2005). Identity. *Discourse. A Critical Introduction*. Cambridge University Press. 203-232.
- Boellstorff, Tom et al. (2012). Ethics. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton University Press. 129-150.
- Bucholtz, Mary & Kira Hall (2005). Identity and Interaction: A Sociocultural Linguistic Attempt. *Discourse Studies*, vol. 7, no. 4-5. Sage Publications. 585-614.
- Butler, Judith (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.
- Coupland, Nikolas (2001). Dialect stylization in radio talk. *Language in Society*, vol. 30, no. 3. Cambridge University Press. 345-375.
- Crystal, David (2003). *English as a Global Language*. Second edition. Cambridge University Press.
- Cunha, Evandro et al. (2011). Analyzing the Dynamic Evolution of Hashtags on Twitter: a Language-Based Approach. *Proceedings of the Workshop on Language in Social Media (LSM 2011)*. 58-65.
- Ellison, Nicole B & danah m. boyd (2013). Sociality Through Social Networks Sites. William D. Hutton (red.) (2013). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford University Press. 151-172.
- Fishman, Joshua A. (1965). Who Speaks What Language to Whom and When? *La Linguistique*, vol. 1, fasc. 2. 67-88.
- Friedrich, Patricia & Eduardo H. Diniz de Figueiredo (2016). *The Sociolinguistics of Digital Englishes*. Routledge Taylor & Francis Group.
- Georgakopoulou, Alexandra (2016). 'Friendly' Comments: Interactional Displays of Alignment on Facebook and YouTube. Sirpa Leppanen et al. *Social Media Discourse, (Dis)identifications and Diversities (2016)*. New York: Routledge.
- Gumperz, John J. (1982). Discourse Strategies. *Studies in Interactional Sociolinguistics 1*. Cambridge University Press.
- Hansen, Marianne Haugaard (2020). *Generationsforskelle på de sociale medier: En sproglig*

*etnografisk undersøgelse af unge og deres forældres sprogbrug online*. Specialeafhandling. Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns Universitet.

Hansen, Marianne Haugaard & Andreas Candefors Stæhr (2021). Sproglige generationsforskelle på de sociale medier. *NyS - Nydanske Sprogstudier* 59. 113-156.

Heller, Monica et al. (2017). Fourth Key Moment: Analyzing Your Data. *Critical Sociolinguistic Research Methods: Studying Language Issues That Matter*. Taylor & Francis Group.

Herring, Susan C. et al. (2013). Introduction to the pragmatics of computer-mediated communication. Herring, Susan C. et al. (2013). *Handbook of pragmatics of computer-mediated communication*. Berlin: Mouton. 3-31.

Hjarvard, Stig (2004). The Globalization of Language. How the Media Contribute to the Spread of English and the Emergence of Medialects. *Plenary Session 3. Media, Globalization and Identity*. Nordicom Review vol. 25. 2017. 75-98.

Hjarvard, Stig (2008). *En verden af medier – medialiseringen af politik, sprog, religion og leg*. Samfundslitteratur.

Hougaard, Tina Thode (2004). *Nærmest en leg. En undersøgelse af sprog og interaktion i dansk webchat*. Ph.d.-afhandling, Nordisk Institut, Aarhus Universitet.

Hougaard, Tina Thode (2014). Sproglige forandringer i de nye medier – fra chatstil til hashtagpoesi. *NyS - Nydanske Sprogstudier* 46. 39-66.

Hutchby, Ian (2001). Technologies, Texts and Affordances. *Sociology*, vol. 35, no. 2. 441-456. United Kingdom: BSA Publications Limited.

Hyttel-Sørensen, Liva & Andreas Stæhr (2014). Normativitet som social ressource på Facebook. *NyS - Nydanske Sprogstudier* 46. 67-102.

Jarvad, Pia (1995). *Nye ord – hvorfor og hvordan?* Gyldendal, København.

- Jarvad, Pia (2001). Det danske sprogs status i 1990'erne med særligt henblik på domænetab. *Dansk Sprognævn's skrifter* 32. Dansk Sprognævn, København.
- Jewitt, Carey (2015). Multimodal analysis. Georgakopoulou, Alexandra & Tereza Spilioti (2015). *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*. London: Routledge.
- Jørgensen, Jens Normann (2008). Polylingual Languaging Around and Among Children and Adolescents. *International Journal of Multilingualism*. Routledge.
- Jørgensen, Jens Normann & Pia Quist (2008). *Unge sprog*. 1. udgave, 1. oplag. Hans Reitzels forlag.
- Kotsinas, Ulla-Britt (1994). Ungdomsspråk. *Ord och stil: Språkvårdssamfundets skrifter* 25. Hallgren & Fallgren.
- Leppänen, Sirpa (2007). Youth language in media contexts: Insights into the functions of English in Finland. *World Englishes*, vol. 26, no. 2. 149-169.
- Litt, Eden & Eszter Hargittai (2016). The Imagined Audience on Social Network Sites. *Social Media + Society*, vol. 2. SAGE Publications.
- Lønsmann, Dorte & Janus Mortensen (2018). Language policy and social change: A critical examination of the implementation of an English-only language policy in a Danish company. *Language in Society*, vol. 47, no. 3. 435-456.
- Lønsmann, Dorte et al. (2022). Er engelsk stadig et fremmedsprog i Danmark? Et spørgsmål om kollektiv sproglig identitet. *NyS - Nydanske Sprogstudier* 61. 126-179.
- Madianou, Mirca & Daniel Miller (2012). *Migration and New Media: Transnational Families and Polymedia*. Taylor & Francis Group.
- Madsen, Lian Malai (2015). Fighters, Girls and Other Identities: Sociolinguistics in a Martial Arts Club. *Multilingual Matters*. Bristol UK.
- Meyerhoff, Miriam (2019). *Introducing Sociolinguistics*. 3. Udgave. Routledge Taylor & Francis Group.
- Mortensen, Janus & Anne Fabricius (2014). Language ideologies in Danish higher education: Exploring student perspectives. Hultgren, Anna Kristina et. Al. (2014). English in

Nordic Universities: Ideologies and practices. *Studies in World Language Problems*, vol. 5.

Mortensen, Kristine Køhler (2018). Multimodalitet – Venskaber på tværs af billeder og tekst. Stæhr, Andreas Candefors & Kristine Køhler Mortensen. *Sociale medier og sprog. Analytiske tilgange*. Samfundslitteratur.

Myers-Scotton, Carol (1993). *Duelling Languages: Grammatical Structure in Codeswitching*. Oxford University Press.

Møller, Janus Spindler (2023). 'One is allowed to show the reality': The creation of panoptic structures in social media communication *Language in Society*.

Preisler, Bent (1999). *Danskerne og det engelske sprog*. 1. udgave. Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Rampton, Ben (2009). Interaction Ritual and Not Just Artful Performance in Crossing and Stylization. *Language in Society*, vol. 38, no. 2. Cambridge University Press. 149-176.

Rathje, Marianne & Ole Ravnholt (2002). R tjat å sms 1 trusl mod skriftsprågd? *Nyt fra Sprognævnet 2002/2*. 1-8.

Rathje, Marianne (2010). *Generationsprog i mundtlig interaktion: En sociolingvistisk undersøgelse af generationsspecifikke sproglige og interaktionelle træk i tre generationers talesprog*. Ph.d.-afhandling (2008). Institut for Nordiske Studier og Sprogvidenskab, Københavns Universitet.

Stæhr, Andreas Candefors (2015). Reflexivity in Facebook interaction: Enregisterment across written and spoken language practices. *Discourse, Context and Media* vol. 8. 30-45.

Stæhr, Andreas Candefors (2018). Sproglig etnografi – Sociale medier og kommunikativ refleksivitet. Stæhr, Andreas Candefors & Kirstine Køhler Mortensen. *Sociale medier og sprog. Analytiske tilgange*. Samfundslitteratur.

Stæhr, Andreas Candefors & Kirstine Køhler Mortensen (2018). Introduktion – Sprog og sociale medier. Stæhr, Andreas Candefors & Kirstine Køhler Mortensen. *Sociale medier og sprog. Analytiske tilgange*. Samfundslitteratur.

Stæhr, Andreas Candefors & Thomas Rørbeck Nørreby (2021). The metapragmatics of mode choice. *Pragmatics and Society*, vol. 12, no. 5. John Benjamins Publishing Company.

Vertovec, Steven (2007). Super-diversity and its implications. *Ethnic and Racial Studies*, vol. 30, no. 6. Routledge Taylor & Francis Group. 1024-1054.

Winford, Donald (2010). Contact and borrowing. Hickey, Ronald (red.). *The Handbook of Language Contact*. New Jersey: Wiley-Blackwell. 170-187.

## 6.2 Internetkilder

Danielsen, Mikael (2015). "Hvad er Instagram?". 14. maj 2015, Socialemedier.dk via <https://www.socialemedier.dk/hvad-er-instagram/>. Tilgået 27.1.2023.

Danmarks Statistik (2020) via <https://mediernesudvikling.kum.dk/2021/internetbrug-og-sociale-medier/>. Tilgået 1.9.2022.

Dannemand, Henrik (2018). "Danmarks nye sprogrøgter er fundet: "Det er voldsomt at sige, at engelsk er en trussel, men..."". 20. december 2018, Berlingske.dk via <https://www.berlingske.dk/kultur/danmarks-nye-sprog-roegter-er-fundet-det-er-voldsomt-at-sige-at-engelsk-er>. Tilgået 15.12.2022.

Falkendorf, Michael (2021). "Det engelske sprog spreder sig som en coronavirus i Danmark". 31. maj 2021, Information.dk via <https://www.information.dk/debat/2021/05/engelske-sprog-spreder-coronavirus-danmark>. Tilgået 8.2.2023.

Nielsen, Steffen (2022). "Hvad er Facebook Messenger?". 15. april 2022, Komputer.dk via <https://komputer.dk/internet/facebook/hvad-er-facebook-messenger>. Tilgået 27.1.2023.

Ordnet.dk (1). "fuck" via <https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=fuck>. Tilgået 17.12.2022.

Ordnet.dk (2). "influencer" via  
<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=influencer&tab=for>.  
Tilgået 18.3.2023.

Ordnet.dk (3). "instagrammer" via  
<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=instagrammer>. Tilgået  
19.2.2023.

Ordnet.dk (4). "meme" via  
<https://ordnet.dk/ddo/ordbog?query=meme>. Tilgået  
12.11.2022.

Urbandictionary.com: "be like" via  
<https://www.urbandictionary.com/define.php?term=be%20like>. Tilgået 12.2.2023.

## 7 BILAG

### 7.1 Kodningsmanual

#### Koder: Personer

- *Personnavn*: Personnavne på dem, der optræder og omtales i passagen

#### Koder: Sprog

- *Engelsk*: Ord der associeres med engelsk
- *Dansk*: Ord der både kan associeres med at være danske og engelske, er kodet som både "dansk" og "engelsk"
- *Kombination dansk + engelsk*: Passager hvor ord, der kan associeres med både dansk og engelsk, optræder samtidig

#### Koder: Stil/type

- *Internetforkortelser*: Forkortelser af typisk engelske ord/sætninger (fx omg, lol osv.)
- *Titler engelsk*: Ord/egenavne der er engelske (fx Word, Instagram, Nuggets)
- *Stilisering*: Passager hvor der optræder stiliseret sprogbrug
- *Respons*: Engelsk optræder som respons (svar til andre)
- *Ung-voksen*: I beskeder/interaktion fra ung til voksen
- *Ung-ung*: I interaktion fra ung til ung
- *Voksen-voksen*: I beskeder/interaktion fra voksen til voksen
- *Voksen-ung*: I beskeder/interaktion fra voksen til ung
- *Billedtekst*: Engelsk der optræder i billedteksten på Instagram
- *Kommentar*: Engelsk der optræder i kommentarsporet på Instagram
- *Privat konto*: Hvis Instagram-kontoen er privat



- *Hashtags*: Engelske passager der optræder som hashtags
- *Meme*: Internetfænomen hvor et billede er taget ud af den originale kontekst og sammensat med en ny tekst

#### **Koder: Medie**

- *Messenger*: Socialt medie med chatfunktion på Facebook. Her er mulighed for fx chat, deling af videoer, billeder og memes
- *Instagram*: Socialt medie til billeddeling, hvor man fra sin egen profil kan dele billeder på sin profil. Man kan interagere med andre ved at "følge" deres profiler og kommentere på deres billeder i kommentarfelt under billeder.
- *Sms*: Mobil tekstdeling. Primært kun tekstudveksling, selvom også deling af billeder og video er mulig.