



UDC 811.113.4

**Michał Smułczyński**

*University of Wrocław, Poland*

## **MIKROBLOGGING I DANMARK OG POLEN — EN KONTRASTIV ANALYSE. 1. DEL**

**For citation:** Smułczyński M. Mikroblogging i Danmark og Polen — en kontrastiv analyse. 1. Del. *Scandinavian Philology*, 2021, vol. 19, issue 1, pp. 101–125.  
<https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2021.107>

Antologien “Microblogs global” er en international undersøgelse af Twitter. Femten forskere har undersøgt tweets på kinesisk, tysk, engelsk, fransk, italiensk, japansk, hollandsk, portugisisk, russisk og spansk med hensyn til følgende sproglige fænomener: ortografi, talesprog, ordforråd, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion og de funktionelle aspekter. Bogen var en inspiration til at analysere tweets på dansk og polsk, fordi de to sprog ikke var med i den oprindelige undersøgelse. Desuden er der medtaget en kontrastiv analyse af de polske og danske tweets for at fremhæve de sproglige forskelle. Den følgende artikel er den første del af undersøgelsen. Den behandler det sociale netværk og mikroblogging-værktøjet Twitter, herunder den mere tekniske side af mikroblogging. Der gøres grundigt og samvittighedsfuldt rede for de mange tweet-typener og den omfattende terminologi på området. Kontrasterne vedrørende ortografi og talesprog analyseres, mens forskellene i ordforråd, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion og de funktionelle aspekter vil blive beskrevet i den anden del af undersøgelsen. Grundlaget for beskrivelsen er en sammenstilling af 640 tweets — 320 polske og 320 danske — fra et inhomogent fællesskab, der hovedsageligt poster på polsk/dansk. Profilerne blev valgt helt tilfældigt og tilhører forskellige politikere, journalister og enkeltpersoner. Undersøgelsen dækker perioden fra den 30. marts til den 6. april 2019.

**Nøgleord:** mikroblog, Twitter, ortografi, talesprog, en kontrastiv analyse

### **1. INDLEDNING**

Denne artikel er den første del af en kontrastanalyse, der sammenligner de polske og de danske tweets for at fremhæve forskelle i tweetsprog med fokus på følgende sproglige fænomener<sup>1</sup>:

---

<sup>1</sup> Inspirationen til at analysere tweets på dansk og polsk var en bog af Siever / Schlobinski. De to forskere udgav i 2013 en antologi “Microblogs global” [Siever,

- ORTOGRAFI, dvs. brugen af standard-stavning; kun at skrive med stort/småt; hybridstavning; sammenskrivning; slåfejl
- TALESprog, dvs. elision; assimilation; klitisering; lydefterliggende skrivemåde
- ORDFORRÅD, dvs. dialekter; daglig tale; anglicismer og andre fremmedord; ikke-flekterede ord; diminutiver
- REDUKTION, dvs. reduktionsmuligheder i Twitter; forkortede url; hashtags
- SYNTAKS, dvs. hoved- og ledsætninger; ellipser
- GRAFOSTILISTIK, dvs. emojis; smileys; iteration (interpunktion, bogstaver, ord)
- INTERAKTION, dvs. de reaktive tweets; adressering; @mentions
- DE FUNKTIONELLE ASPEKTER, dvs. funktion af tweets (meddelelser, kommentarer, statements, hilsner, spørgsmål/svar)

Korpusset<sup>2</sup> for den følgende beskrivelse udgør 640 tweets — 320 polske og 320 danske poster fra fuldstændigt tilfældigt udvalgte profiler, der tilhører forskellige politikere, journalister og privatpersoner. Derudover skal tweets opfylde følgende betingelser:

- Der blev indsamlet 10 tweets fra hver af de 16 mandlige og 16 kvindelige Twitter-brugere (polske og danske), hvilket udgør 320 polske og 320 danske tweets.
- Forudsætningen var, at det skulle være realkonti dvs. at deres ejere twitter regulært.
- De institutionelle profiler, altså de, der tilhører politiske partier, virksomheder, medieinstitutioner osv., blev ekskluderet.

Der blev hver gang startet med de nyeste beskeder (undersøgelsen omfatter perioden fra 30. marts til 6. april 2019) og, for at undgå emnedominans, valgt hver tredje meddelelse. Derfor blev de twitterkonti udelukket, der ikke har et antal tweets på mindst 30.

Som allerede nævnt ovenfor består undersøgelsen af to dele. Den første del indeholder en teoretisk diskussion, der er afsat til udviklingen

---

Schlobinski, 2013]. Værket er en undersøgelse af tweets på 10 forskellige sprog, men hverken dansk eller polsk var inkluderet i undersøgelsen.

<sup>2</sup> Korpusset kan downloades fra: [https://uniwroc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/michal\\_smulczynski\\_uwr\\_edu\\_pl/EREq1katNLhEnmjRMsD2O-oBIEq5p-w8A8U\\_RABZCTcAbrw?e=qDgv68](https://uniwroc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/michal_smulczynski_uwr_edu_pl/EREq1katNLhEnmjRMsD2O-oBIEq5p-w8A8U_RABZCTcAbrw?e=qDgv68)

af Twitter såvel som dens rolle som et element i den globale online diskurs. Derudover blev kontraster i ortografi og talesprog beskrevet. De øvrige fænomener: ord, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion og de funktionelle aspekter bliver fokuseret i den anden del af undersøgelsen<sup>3</sup>.

## 2. OM DET SOCIALE NETVÆRK OG MIKRO-BLOGGING-VÆRKTØJET TWITTER

Online sociale netværker (OSN) spiller en vigtigere og vigtigere rolle i samfundet såvel som i erhvervslivet. Man kan endda formulere en tese om, at eksistensen i både samfundet og i de sociale netværker er tæt forbundet med hinanden. Ifølge Danmarks Statistik var der i februar 2015 2,8 mio. danskere tilknyttet mindst ét socialt netværk. Det svarer til 66 % af befolkningen, og er det tredjehøjeste resultat i EU, hvor gennemsnittet er 58 %. Det er også meget mere end i Polen, hvor 39 % af befolkningen i 2017 brugte mindst ét socialt medium.

De sociale netværker er kendetegnet ved, at de skaber en helt ny måde at kommunikere med hinanden på. Her er Twitter baseret på Short Message Service (SMS), som er det mest efficiente system for at sende tekstbeskeder [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008, p. 19]. Selvom meningsløs snak — dvs. fatisk kommunikation — udgør 40 procent af Twitters kommentarer [Siever, 2012, s. 73], bruger mange berømtheder, politikere eller journalister primært Twitter til at udtrykke deres synspunkter<sup>4</sup>. Twitter er samtidig også blevet mere og mere populært blandt forskere [Honeycutt, Herring, 2009; Java et al., 2007; Mischaud, 2007].

Ifølge Java et al. [Java et al., 2007, p. 2] bruger man Twitter først og fremmest til at kommunikere med hinanden, til at sende forskellige informationer eller til at udbrede de nyeste nyheder. Den for Twitter karakteristiske kommunikationsform består af statusbeskeder på maksimalt 280 tegn: tweets. Ifølge Moraldo [Moraldo, 2009] har kreativitet i sprogbrug med sådan en tegn-begrænsning opnået en helt ny dimension, og haft en udvikling af en helt ny teksttype — et tweet — til følge. I tweets afspejler der sig meget interessante kulturelle og fremfor alt sproglige fænomener, der allerede er blevet underkastet talrige undersøgelser.

<sup>3</sup> Den anden del bliver publiceret som en separat artikel.

<sup>4</sup> Det bedste eksempel ville være den amerikanske præsident Donald Trump, der først informerede om sine vigtigste politiske beslutninger via Twitter.



Figur 1. Det første tweet af Jack Dorsey [<https://twitter.com/jack/status/20>]

Termen *Twitter* kommer fra det engelske ord *to twitter* [Siever, 2012, s. 74]. Twitter opstod i efteråret 2006, og blev skabt i San Francisco af en 10-personer-start-up kaldet Obvious. Jack Dorsey, en af Twitters grundlæggere, sendte den allerførste Twitter-besked, som bestod af fem ord: „just setting up my twttr” [60 Incredible and Interesting Twitter Stats and Statistics], se Figur 1.

Selvom Twitter udviklede sig frem til at inkludere mere end kun tekst, som fx url, billeder, kortfilm, fortsættes dens begrænsninger til i dag. På den anden side har alle Twitter-begrænsninger, og fremfor alt begrænsningen af tegnantal, bragt kreativiteten i sprogbrugen ind i en helt ny dimension [Moraldo, 2009], som en af Twitters direktører Biz Stone understreger: “creativity comes from constraint” [Zinko, 2009]. Den måske største ændring skete i november 2017, da det tilladte tegnantal blev fordoblet fra 140 til 280 tegn.

Via Twitter sender brugere meddelelser til webinterface, hvor de kan ses af andre. Brugerne kan angive, om de ønsker, at deres tweets skal være offentlige, hvilket betyder, at meddelelserne vises i omvendt kronologisk rækkefølge på Twitters hjemmeside og på hver brugers Twitter-side (brugerens *mikroblog*), eller *private*. *Private* betyder, at kun de, der har abonneret på brugerens konto (følgere), er i stand til at se meddelelserne. Tweets kan sendes via [twitter.com](https://twitter.com), instant messaging eller fra forskellige tredjepartsapps. Muligheden for at sende beskeder fra mobiltelefoner gør Twitter til en mobil app. Derudover valgte Twitters designere at åbne dens infrastruktur for eksterne developere. Fra juni

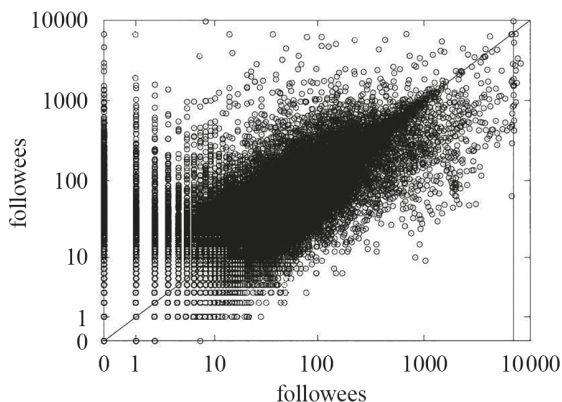
2007 blev der oprettet over 100 tredjepartsapps. Til de mest populære hører bl. a. HootSuite, Tweetdeck eller Twitterfeed.

Ifølge statistikken er Twitter meget mere populært i Polen end i Danmark. I 2018 var der 16,5% af alle internetbrugere i Polen [Wśród polskich użytkowników Twittera przeważają mężczyźni, osoby z dużych miast i ze średnim lub wyższym wykształceniem (analiza)], der aktivt brugte Twitter, mens det i Danmark kun var 1%. I begge lande var der næsten dobbelt så mange mandlige Twitter-brugere, der brugte dette sociale medie dagligt sammenlignet med de kvindelige brugere.

### 2.1. Forholdet mellem followers og followees

Followers 'følgere' er Twitter-brugere der følger med i opdateringer (tweets) fra en anden bruger. Followees er til gengæld alle de Twitter-brugere der selv følger en bruger. Forholdet mellem followers og followees blev undersøgt af bl. a. Krishnamurthy, Gill, Arlitt [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008]. Undersøgelsen baserer på 100.000 Twitter-brugere og illustreres på figur 2:

På datasættet ovenfor kan der ses nogle vigtige spredninger. Der kan skelnes mellem tre brede grupper af brugere: *broadcasters*, *acquaintances*, og *miscreants / evangelists* [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008, p. 20]. *Broadcasters* fremstår som de lodrette linjer på venstre side på figur 2. Antallet af followers er hos sådanne brugere langt større end hvad de selv følger. Til denne gruppe hører fremfor alt forskellige medier som



Figur 2. Forholdet mellem followers og followees [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008, p. 21]

fx radio- og tv-stationer eller aviser. Den anden gruppe er *acquintances*. De karakteriseres af reciprocitet i deres relationer, som er typisk for sociale medier [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008, p.20]. Disse brugere fremstår som den store klynge midt i figur 2. Den tredje gruppe af brugere kan ses som en lille klynge omkring x-aksen = 7000. I modsætning til *broadcasters* følger disse brugere langt flere end de selv har followers. Sådanne brugere hedder *miscreants*, og de er fx spammere og stalkere, eller evangelists, der “contact everyone they can, and hope that some will follow them” [Is twitter about to have a big spam problem?].

Java et al. [Java et al., 2007] foreslår en anden klassifikation af Twitter-brugere. Ligesom ved Krishnamurthy, Gill, Arlitt [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008] er der tre hovedkategorier af brugere: *informationskilder*, *venner* og *informationssøgende*. *Informationskilder*, der enten kan være et individ eller en automatiseret service, poster kun nyheder og har en stor mængde af followers. *Venner* omfatter de fleste brugere. De kunne være familiemedlemmer, kolleger såvel som fremmede. *Informationssøgende* er en gruppe af brugere, der twitter sjældent, men følger andre regelmæssigt.

Java et al. identificerer også andre kategorier af brugere med hensyn til intention om, hvad de bruger Twitter til. Det kan enten være at føre daglige diskussioner, hvor der debatteres begivenheder, tanker mm. eller at dele nyheder, url, informationer og kommentarer.

## 2.2. Twitters opbygning

Karakteristisk for Twitter er dens kommunikationsform, der som nævnt består af statusbeskeder på maksimalt 280 tegn<sup>5</sup> (såkaldte *tweets*). Derfor er Twitter et eksempel på *micro-content* OSN i modsætning til f.eks. YouTube, hvor hver af de uploadede film kan være meget større [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008, p. 19]. Ethvert tweet indeholder bl.a. et profilbillede og brugernavnet, såvel som følg-knappen, den aktuelle tidsangivelse og dato, antallet af retweets og *likes* (se Figur 3). Derudover er det muligt at udvide et tweets indhold med vedhæftede billeder, film og links til andre eksterne websider, film el. billedsamlinger. Derfor kan man sige, at et tweet ikke bare er et hypertextuelt men også et hypermodalt fænomen [Storrer, 2008, s. 318–322; Lemke, 2002, p.299–301; Smułczyński, 2018, s. 275].

---

<sup>5</sup> Før november 2017 var det 140 tegn.



**Søren Olsson**  
@olsson78



W odpowiedzi do @krystalpaladset i @TheElholm

Læsere af Nordjyske Plus har haft en kongerunde 😊

Przetłumacz Tweeta

1:54 AM · 4 kwi 2019 · Twitter for iPhone

1 Polubienie



Figur 3. Et tweet [<https://twitter.com/olsson78/status/1113590732206628875>]

At tweete kan man gøre stationært ved at bruge enten en webbrow-ser eller et computerprogram som fx Tweetdeck, Tweetbot, eller mobilt ved at bruge forskellige applikationer [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012, s. 7]. Af tweets består den såkaldte *timeline*, hvor en bruger kan følge tweets fra andre brugere, hvad der automatisk gør ham/hende til en follower.

Den konkrete, saglige udtryksform sammen med de mange forskel-lige adgangsmuligheder (computer, smartphone) gør Twitter til et sær-lig dynamisk kommunikationsmedium. Derfor er de såkaldte *øjenvid-ne-tweets* meget populære i dag. Det er en slags tweets, hvor en bruger tweeter noget vigtigt ud fra et bestemt sted, og hvad folk efter hans/hendes mening skal have at vide om [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 78–79].

### 2.3. Twitter som et element af den globale online-diskurs

I dag er Twitter en af de mest betydningsfulde sociale netværker i verden med 330 millioner aktive brugere. En aktiv bruger er en person, der skriver et tweet mindst en gang om ugen. Selvom antallet af Twitter-konti, der er registreret hidtil, er meget stort og udgør 1,3 mia., blev dog 44 % af dem aldrig brugt. Dette betyder, at der er brugere, der åbnede en konto uden at have skrevet et eneste tweet [60 Incredible and Interesting Twitter Stats and Statistics].

Når en bruger går ind på Twitter, skal han/hun hypotetisk besvare spørgsmålet: “Hvad sker der?” [<https://twitter.com>]. I Mischauds [Mischaud, 2007] undersøgelse af 5.767 tweets behandlede 58,5 % af meddelelserne imidlertid ikke dette spørgsmål. På den anden side er antallet af personer, der bruger Twitter til at interagere med hinanden, større og større, selvom Twitter ikke blev skabt til dette formål [Honeycutt, Herring, 2009].

For at gøre kommunikationen nemmere har Twitter-brugere introduceret en helt ny anvendelse af det velkendte @-tegn som en markør for adressivitet. Adressiviteten blev karakteriseret af Werry [Werry, 1996, p. 52–53] for Internet Relay Chat (IRC). Den betyder, at en bruger markerer en anden bestemt bruger ved at sætte dennes navn i begyndelsen af hver besked (se også 2.3.1.1).

Twitters potentielt vigtige rolle med hensyn til interaktion mellem mennesker er at samarbejde, dvs. Twitter bruges til at udbrede information til institutionelle omgivelser, og til at forbinde grupper af mennesker, der er i kritiske situationer. På grund af dets adgangsflexibilitet og letvægtsstruktur kan Twitter derudover også potentielt bruges til at dele forskellige ideer og koordinere aktiviteter ligesom instant messaging, men på en mere dynamisk måde [Honeycutt, Herring, 2009, p. 1]. Også for Java et al. [Java et al., 2006] er at samtale det vigtigste formål, man bruger Twitter til<sup>6</sup>. De fandt ud af, at 21 % af brugerne brugte Twitter til det, og 12,5 % af alle tweets var en del af konversationer.

Nogle argumenterer, at Twitter ikke var skabt til at samarbejde, og at Twitter derfor ikke skal overvejes som en samtaleform. Quan-Haase et al. [Quan-Haase et al., 2005] henviser imidlertid til, at der er eksempler på udvidede samtaler, hvor brugere allerede drager fordel af Twitter til uformelle samarbejdsformål, og samtale er en væsentlig samarbejds-komponent.

### 2.3.1. Twitters kommunikationsoperatører

Ifølge Thimm, Dang-Anh, Einspänner [Thimm, Dang-Anh, Einspänner, 2012, s. 298] er der følgende Twitter-kommunikationsoperatører (jf. [Rybszleger, 2017, s. 194]), illustreret i Tabel 1.

---

<sup>6</sup> Java et al. [Java et al., 2006] deler formål, man bruger Twitter med, i 3 kategorier. Den første danner *daily chatter*, der diskuterer tanker og episoder i deres liv. Den anden kategori er at dele informationer og url, og den tredje: at sende meddelelser.



*Table 1. Twitters operatører [Thimm, Dang-Anh, Einspänner, 2012, p. 298; Rybszleger, 2017, p. 194]*

kommunikationsoperatører	betydning
@-reply, @-mention	adressering, henseende, nævnelse
hashtag	organisation, strukturering, tagging (folksonomies)
linking	referere, sequencere, multimodal videreføring
retweet	diffusion, redistribution, citation

Med ovennævnte kommunikationsoperatører tilbyder Twitter en række muligheder for at føre en digital diskurs. De konstituerer diskursnetværket Twitter, der på det interne niveau udmærker sig ved at være en blanding af nyheder, en synkron interpersonel kommunikation og social gruppedannelse [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012].

Ifølge Boyd, Golder, Lotan [Boyd, Golder, Lotan, 2010], der har analyseret næsten 450.000 tweets (uden for de såkaldte *protected accounts*), udgør de diskursive beskeder 66 % af alle tweets, hvoraf 36 % indeholder @-reply / @-mention, 22 % et link, 5 % et hashtag og 3 % var retweets. De øvrige 34 % tilhører den såkaldte fatiske kommunikation<sup>7</sup>. Et tweet kan derfor enten kun være en ensrettet besked, der blev sendt af en user til twittersphere, eller en multidimensional diskurs, der blev skabt af tweets af mange forskellige brugere [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 80; Smułczyński, 2018, s. 277].

Dang-Anh, Einspänner, Thimm [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 80] kalder Twitter et *diskurssystem*, der “sich aus multireferenziellen Verweisstrukturen heraus entwickelt und ein spezifisch semiotisch kodiertes Kommunikationsmedium darstellt”. Derudover skelner de mellem tre niveauer af Twitter-kommunikation. Operatørniveauet er det forudbestemte tegnsystem, tekst er tweetindhold, og handlingsniveauet danner handlingsmål og handlingsformål [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 80; Smułczyński, 2018, s. 278].

<sup>7</sup> Teknologiblog TechCrunch har derudover udgivet en detaljeret brugerstatistik, ifølge hvilken 38 procent af brugerne aldrig har sendt et eneste tweet [Cook, 2009].

De ovennævnte 4 operatører refererer til tekst- og handlingsniveauet. I det følgende findes der en detaljeret beskrivelse af dem.

### 2.3.1.1. @-reply, @-mention

@Username-syntaksen kan bruges til enten at nævne en anden Twitter-konto, eller at adressere den direkte. I begge tilfælde modtages der altid notifikationer af brugeren. Ud af teksteniveau-perspektivet kan det konstateres, at @-tegnet altid skal stå direkte forud for brugernavnet så at man kan linke tweetindhold til en anden bruger [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 81].

På handlingsniveauet har @-operator bortset fra sine to hovedfunktioner: adressering og mention også andre anvendelsesmuligheder [Honeycutt, Herring, 2009, p.5–6]. Den mest betydningsfulde af dem er, at den forbinder individuelle tweets, og på den måde genererer interaktionssekvenser mellem et hvilket som helst antal af Twitter-brugere. Adresseringen medfører ikke automatisk en opfordring til interaktion, hvad Honeycutt, Herring [Honeycutt, Herring, 2009] også antyder:

Moreover, it is not self-evident that all uses of the @ sign in tweets are intended to create conversation, or that all Twitter conversations use the @ sign. Additional factors may need to be accounted for to determine if, and if so, to what extent, twittering is conversational, including the user's intention behind displaying an @ sign and whether @ signs that direct messages to others receive any response [Honeycutt, Herring, 2009, p.2].

Den er ofte en form for informationsforsyning, der forbindes med linking. Andre anvendelsesmuligheder af @-operator er bl.a. kontakt- og opmærksomhedsetablering, responsivitet, dialog / interaktion, kontekstualisering [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 82–83].

### 2.3.1.2. Hashtag

Et hashtag (fra engelsk *hashtag* af *hash* (sign) 'tegnet, havelåge' og *tag* 'mærke') skabes ved at sætte tegnet (havelåge) foran et ord eller et udtryk (f.eks. hvorerderenvoksen; xfactor.dk; uchodzczy; LGBT). Denne proces kaldes *indeksering* eller *tagging*, og det på den måde opståede hashtag bliver fremhævet automatisk<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Hashtags' fontfarve adskiller sig oftest fra den øvrige teksts farve.

Tweets med et hashtag kan researches hhv. filtreres med det samme [Siever, 2012, s. 81]. Ved at klikke på et hashtag kan der ses en timeline med alle de tweets, der har det samme hashtag. Ved hjælp af hashtagging kan en bestemt gruppe af Twitter-brugere gøre hele Twitter-samfundet opmærksomt på et konkret emne. Tagging-processen fører således til strukturering af mikroblog-diskursen [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 84]. På den måde dannes der også bestemte *ad hoc-offentligheder*, der ofte forbinder forskellige mennesker, der normalt ikke kender hinanden personligt.

Hashtags er meget mere end simple søgeværktøjer. De hjælper bl.a. med at organisere og strukturere handlingen i relevante informationer. Eksistensen af hashtags gør det også muligt at indlejre den sproglige handling i et tweet i en bestemt kontekst. Derudover henviser de kontekstualiserende hashtags enten til tilfældige processer eller til skemaer fra baggrundskendskabet [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 84; Smulczyński, 2018, s. 278–279].

Dang-Anh, Einspänner, Thimm [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 84] henviser også til den kommunikative brug af hashtagget, hvorved det drejer sig om “kommunikativ-funktionale Verschlagwortung”. Et hashtag har derfor ikke kun en kontekstualiserende funktion. Det bruges også til semantisk præcisering af en sproglig ytring, som f.eks. i (1), hvor hashtagget bifaab informerer om, at tweetens indhold vedrører fodboldspillet mellem Brøndby IF og Aalborg BK.

- (1) En overskrift på kampen kunne være: Brøndby Maae godt bifaab<sup>9</sup> [15] ‘A headline for the match could be: Brøndby Maae godt bifaab’

### 2.3.1.3. *Linking*

Hyperlinket er det mest komplekse blandt twitterkommunikationsoperatorerne [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012, s. 9]. Som allerede nævnt i 2.2. kan et tweet siden november 2017 have 280 tegn. Før var det 140 tegn, og denne tegnbegrænsning kunne ved linking hurtigt overskrides<sup>10</sup>. Som hjælpemiddel fungerer de såkaldte shorturl-sider, som

<sup>9</sup> Alle eksempler fra korpusset i en original skrivemåde.


<sup>10</sup> Ifølge Twitter-regler har hvert hyperlink 23 tegn uafhængig af sin længde [How to post links in a Tweet].

f. eks. bit.ly eller tinyurl.com, der muliggør konvertering og forkortning af hyperlinks.

Hyperlinks, der henviser til eksterne indhold på internettet, opfylder med hensyn til handlingsniveaet to funktioner. Den første funktion er simpelthen at informere *twittersphere* om noget. Ved den anden funktion drejer det sig om at understøtte ens egne meninger og argumentationer [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012, s. 9].

Derudover kan argumentationer og indhold udvides ved at linke til yderligere billeder, videoer eller lydfiler, der mere intensivt lader tweet-indholdet formidle, emotionalisere og illustrere [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012, s. 9; Smułczyński, 2018, s. 279].

#### 2.3.1.4. Retweet

At *retweete* (RT) betyder at anbefale et tweets indhold, der blev forfattet af en anden Twitter-bruger, til ens egne følgere. Til et sådan videresendt tweet bliver der ikke sjældent tilføjet en kommentar. Den prototypiske formel for en retweet er "RT @bruger tweet-indhold", men Boyd, Golder, Lotan [Boyd, Golder, Lotan, 2010] gør opmærksom på at "retweeting has more structural complexity than @replies and hashtags". Der eksisterer altså ikke nogen universel syntaks for at retweete. Ud over RT @ skal her nævnes de følgende retweet-operatorer: retweeting @, retweet @, (via @), RT (via @), thx @, HT @, r @ og  @.

På handlingsniveaet skelner Boyd, Golder, Lotan [Boyd, Golder, Lotan, 2010] mellem ni funktioner hos retweeting. Til de vigtigste hører utvivlsomt reference og genereringen af opmærksomhed [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, s. 80], hvorved det originale tweet gøres tilgængelig for et bredere publikum, såvel som tweetforfatterens popularitet bliver større<sup>11</sup>.

Derudover betyder en retweet, at en bruger simpelthen godkender indholdet af det videresendte tweet medmindre han/hun tilføjer enten en yderlig kommentar til retweetet eller en information til sin egen bruger-profil<sup>12</sup>. Desuden betyder en retweet, at en bruger simpelthen god-

---

<sup>11</sup> Et godt eksempel ville være Barack Obamas tweet, der inkluderer et citat fra den afdøde sydafrikanske anti-apartheid-aktivist og senere præsident Nelson Mandela: "Ingen er født til at hade en anden person på grund af hans hudfarve eller hans baggrund eller hans religion..." Tweeten har næsten 1,7 millioner retweets [Das ist der Tweet mit den meisten Likes aller Zeiten].

<sup>12</sup> Der er en passende henvisning i bruger-profilen, f.eks. RT ≠ godkendelse.

kender meddelelsen om det videresendte tweet, medmindre han eller hun også kommenterer et videresendt tweet i tweetet eller på sin profil [Smułczyński, 2018, s. 280].

### 3. DEN KONTRASTIVE ANALYSE AF DANSKE OG POLSKE TWEETS

#### 3.1. Ortografi

Skrivemåden af danske og polske tweets er stort set normativ. I de dansksprogede tweets forekommer 99,5 % af ordforrådet i standardortografi. I de polsksprogede tweets er det 98,8 % af ordforrådet. Det kunne være lidt overraskende, fordi fejlfulde ord og udtryk konfronteres i forskellige internetkommentarer. Alligevel udviser en lille mængde af tweets en substandard ortografi. I sprogvidenskab betyder substandard et område under det normaliserede standardsprog [Siever, Schlobinski, 2013, s. 45]. Området omfatter bl.a. dialekter og daglig tale. Med substandard ortografi mener jeg skriftsprogsområdet under den standardiserede ortografi.

I korpusset har jeg skelnet mellem en konsekvent anvendelse af små bogstaver, som fx i (2) og (3), en konsekvent anvendelse af majuskler og en såkaldt hybrid stavemåde.

- (2) @Bjornooo når man ser bort fra lars vilks komiteen og dan park komiteen [83]<sup>13</sup> ‘*apart from the lars vilks committee and the dan park committee*’.
- (3) @JarekJarek01 ...dwie chore, jedna na żółtaczkę, druga na czerwonkę lub nadciśnienie... [548] ‘*@JarekJarek01 ...two sick, one with jaundice, the other with dysentery or hypertension...*’.

Intet tweet er kun skrevet med majuskler. Ud af 640 analyserede tweets er der kun de to ovenfor, der er skrevet konsekvent med små bogstaver. I (2) kan man se, at navnene også er blevet skrevet med små bogstaver. Derudover mangler der interpunktion i sætningen.

Hybridstavningen forekommer kun i ét tweet. I det polsksprogede tweet (4) nedenfor forekommer der et lille forbogstav:

---

<sup>13</sup> Eksemplerne er nummererede, hvor tallet i en kantet parentes henviser til tweetnumret i korpusset.

- (4) Pomagają, a jedynie potwierdzają stereotypowe pokazywanie Polaków i polskiej ksenofobii/antysemityzmu), Mały smaczek: prezydent mieszka w Belwederze [587].  
'(they — MS) help, but (they — MS) only confirm the stereotypical portrayal of Poles and Polish xenophobia/antisemitism), A little tidbit: the president lives in the Belvedere.'

Afvigelser i en konsekvent anvendelse af små/store bogstaver er meget større i SMS-kommunikationen end i Twitter og udgør omkring 60 % [Schlobinski et al., 2001, s. 7].

Her skal også gøres opmærksom på de ord i polsksprogede tweets, hvor bogstaver med diakritiske tegn: ą, ć, ę, ł, ń, ó, ś og ź/ż blev erstattet med a, c, e, l, n, o, s og z. Jeg formoder, at denne metode har sin oprindelse i sms'er. For omkring 15–20 år siden var det meget dyrt at sms'e, og at bruge diakritiske tegn i en sms forkortede dens længde fra 160 til 80 tegn. Derfor blev diakritiske tegn bevidst erstattet med ikke-diakritiske. Twitter-brugere har imidlertid opgivet denne vane. I det polsksprogede korpus har jeg i alt fundet 26 ord uden diakritiske tegn, hvilket udgør 0,42 % af alle ord. En af brugere brugte sådanne ord i næsten alle deres tweets (5):

- (5) Co **sie dziwic, ze** dla **czlowieka zarabiajacego powyzej** 60.000 **zl** 800 **zl** to ochlap. Tyle to on wydaje na wino [602]  
'No wonder that for a man earning more than 60.000 PLN 800 PLN is a splash. That's what he spends on wine.'

Det er fremfor alt egennavnene, der både i dansk og i polsk skrives med stort. Men i det polske sprog er der en regel, at et ord, som man på grund af personlige årsager ønsker at fremhæve, også kan skrives med stort. I det polske korpus er der to sådanne eksempler (6) og (7), hvor Twitter-brugere ønskede at understrege en persons betydning:

- (6) Co tam **Prezes** mówił o wolności? [337] 'What did the Chairman say there about freedom?'
- (7) Czytam, że złogi postkomunistyczne z @ZNP\_ZG straszą Dzieci, że te będą musieli odrabiać terroryzm nauczycieli w wakacje lub powtarzać klasę. Bandyterka ma media i dziennikarzy po swojej stronie dlatego może na takie zapowiedzi i stresowanie **Dzieci** i **Rodziców** sobie pozwolić [452] 'I read

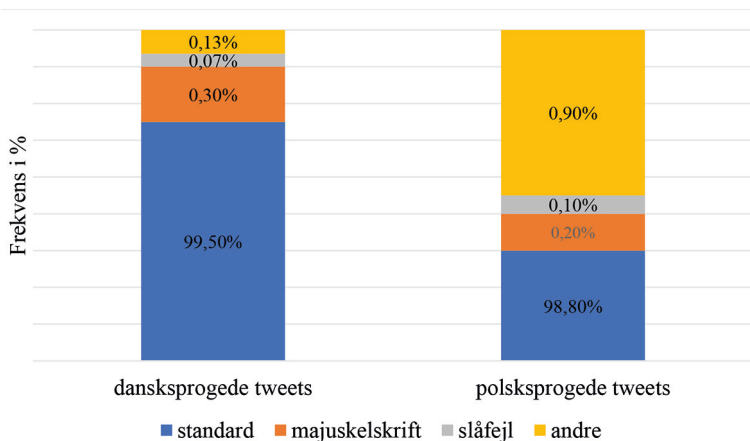
that the post-communist scum from @ZNP\_ZG are threatening Children that they will have to make up for the terrorism of teachers during the vacations or repeat a grade. The bandits have me-dia and journalists on their side so they can afford such announcements and stress children and parents’.

Iterative strukturer forekommer ikke i tweets. I (8) blev ordene kun adskilt fra hinanden med kommaer, og i (9) blev adverbialet skrevet sammen:

- (8) @MarBasiL83 Rozumiem. **Metafora,artysta,skojarzenia...** [479] ‘@MarBasiL83 I see. Metaphor, artist, association...’
- (9) Kom så med 3 point **iaften** 😊😊 [131] ‘Come up with 3 points tonight 😊😊’.

I talesproget udtrykkes stærk emotionalitet med en høj lydstyrke. I internetsproget imiteres skrig med majuskelskrift, og på den måde kan nogen fokusere på et bestemt ord. I det danske korpus udgør sådanne ord 0,3 %, mens det i det polske er 0,2 % af alle ord. Ud over fokuseringer på det denotativ-deskriptive niveau (10), findes der sådanne fremhævelser, der er forbundet med en stærk vurderende dimension (11) [Siever, Schlobinski, 2013, s. 47]:

- (10) Jeg glemte totalt at nævne Mathias Kvistgaaren. Så her kommer en lille hyldest: **MATHIAS KVISTGAARDEN HAR FORLÆNGET, JAAAAAA, FLERE MÅL, MERE FLIK-FLAK!!!** ♀ [178] ‘I totally forgot to mention Mathias Kvistgaaren. So here’s a little tribute: **MATHIAS KVISTGAARDEN HAS EXTENDED, YEAAAAA, MORE GOALS, MO-RE FLIK-FLAK!!!**’
- (11) @oko\_press @a\_szczesniak80 @DWielowieyska @pisorg-pl PiS **WSPIERA** swój rząd wobec medialnej nierównowagi na niekorzyść obecnej władzy. Co w tym dziwnego...? Ale nie może i nie musi ponosić kosztów działania **RZĄDU** wykonującego swe działania wprowadzające reformy w państwie. Wdrażanie reform to koszt **RZĄDU**, a nie partii polit.PIS [549] ‘PiS SUPPORTS its government in the face of a media imbalance to the disadvantage of the current government. What is strange about it...? But it cannot and does not



Figur 4. Ortografi i de dansksprogede og polsksprogede tweets

have to bear the costs of the GOVERNMENT doing its job of introducing reforms in the country. Implementing reforms is the cost of the GOVERNMENT, not of the political party PIS’.

Fejlprocenten ved de analyserede tweets er meget lav. Slåfejl som fx i (12) forekommer kun i 0,07% af det danske og 0,1% af det polske Twitter-ordforråd:

- (12) Nej, hov! 38 uger. 🧑🏻👤👤 Hvilket **io** var den travleste weekend på Hvidovre det år. Der var vist overskyet den nytårsaften. 🧑🏻👤 [269] ‘No, hey! 38 weeks. 🧑🏻👤 Which was the busiest weekend at Hvidovre that year. I think it was cloudy on New Year’s Eve. 🧑🏻👤’

Jeg har opsummeret resultaterne af undersøgelsen af Twitter-skrivemåde i det nedenstående diagram (se Figur 4).

Som man kan se, er både den danske og den polske Twitter-ortografi relativt normmæssig.

### 3.2. Talesprog

Når man på den ene side skelner mellem den til den sproglige situation bundne og ikke-bundne kommunikation, og på den anden side mellem det talte og skrevne sprog, kan skemaet hos Koch, Oesterreicher



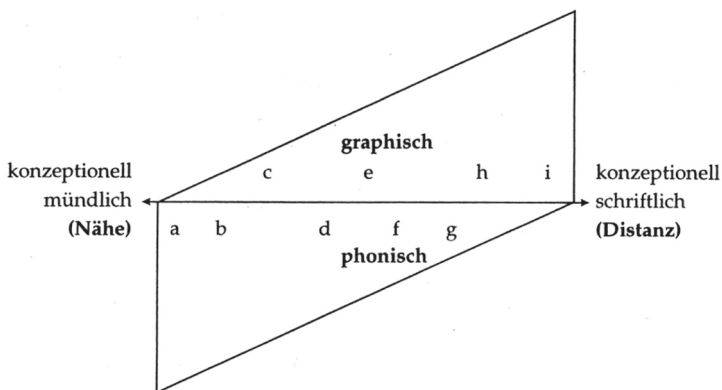


Abb. 44.1: Schematische Anordnung verschiedener Äußerungsformen im Feld medialer und konzeptioneller Mündlichkeit/Schriftlichkeit (a = familiäres Gespräch, b = Telefongespräch, c = Privatbrief, d = Vorstellungsgespräch, e = Zeitungsinterview, f = Predigt, g = wissenschaftlicher Vortrag, h = Leitartikel, i = Gesetzestext)

Figur 5. Nær- og fjernkommunikation [Koch, Oesterreicher, 1994]

[Koch, Oesterreicher, 1994] tages som et udgangspunkt, hvad angår nær- og fjernkommunikation [Siever, Schlobinski, 2013, p. 48].

De to forfattere skaber et klart skel mellem konception og realisering af en sproglig ytring. For Koch, Oesterreicher kan koncept i en ytring enten *tales* eller *skrives* [Koch, Oesterreicher, 2008, s. 199f.]. På den anden side skelner forfatterne mellem en grafisk og en fonisk realiseringsform, hvorved forholdet mellem de to realiseringsformer er kendetegnet ved en streng dikotomi, dvs. formidlingen af en ytring foregår enten via den akustisk-foniske eller via den visuelt-grafiske kanal [Marx, Weidacher, 2014, s. 107ff.].

I en prototypisk situation af en mundtlig kommunikation har vi med en samtidig tilstedeværelse af en talende og en lyttende at gøre, hvorved det sproglige tegn også ledsager kropssproget (gestik, mimik), såvel som andre paraverbale midler: intonation, lydstyrke, talehastighed osv. Derimod findes der i den skriftlige kommunikation hverken ikkeverbale eller paraverbale tegn. Derudover er der en rumlig og tidsmæssig afstand mellem de kommunikerende. Således konfronteres den kommunikative afstand i den prototypisk skriftlige kommunikation med den kommunikative nærhed i den fonisk realiserede kommunikation.

Men spørgsmålet er, om vi i internetæraen stadig har med en prototypisk skriftlig / mundtlig kommunikation at gøre? Man kan endda

observere en tendens til, at mundtlig face-to-face-kommunikation i stigende grad erstattes af forskellige former for internetkommunikation, såsom diskussionsfora, WhatsApp, chat og (netop) Twitter.

Disse former for kommunikation er dialogiske og synkrone. Ifølge Runkehl, Schlobinski, Siever [Runkehl, Schlobinski, Siever, 1998, s. 116] kan flere og flere mundtlige aspekter af sprogbrug i internetkommunikation opdages, som om man på den måde vil *efterligne* face-to-face-kommunikationen. Ifølge Schlobinski, Siever [Siever, Schlobinski, 2013, s. 48] kan derfor den mediale skrivning karakteriseres ved en konceptuel oralitet, hvilket afspejles i tilsvarende og mere eller mindre almindelige oralitetsmarkører.

Sådanne oralitetsmarkører forekommer på forskellige sproglige niveauer: på det fonetisk-grafiske, på det leksikalske og på det syntaktiske niveau<sup>14</sup> [Siever, Schlobinski, 2013, s. 49].

### 3.2.1. Det fonetisk-grafiske niveau

Til det fonetisk-grafiske niveau hører sådanne oralitetsmarkører som elision, assimilation, klitisering og lydliggende skrivemåde [Siever, Schlobinski, 2013, s. 49].

Elisionen kan defineres som et bortfald af én eller flere sproglyd, der ikke er accentuerede [Marx, Weidacher, 2014, s. 112]. I det analyserede materiale forekommer elisionen kun i de dansksprogede tweets, og de udgør 1,25 % af alle ordformer. I eksemplerne nedenunder er der bl.a. reduktionen af *-e* i *ikke* i (13) → *ikk* og af *-nne* i *kunne* i (14) → *ku*:

- (13) @wackZcsgoo @Sorby\_Esport Tror personligt i kunne havde vundet med @officielol1v3r selvom han **ikk** er på holdet men mere fordi i har spillet sammen så længe, og han kender alle jeres ting :) men gj med resultatet 😊 [136] 'Personally think you could have won with @officielol1v3r even though he's not on the team but more because you've played together for so long and he knows all your stuff :) but gj with the result.'
- (14) @Larsnoe @SorensLeif @Simon\_Bitsch @Mortenk90 @BrondbyLyd Mega stærkt Tjekkede selv Tipsbladet og da jeg ikke **ku** finde den der, måtte det jo være fabrikeret. Men det galopperer hurtigt... [173] 'Very strong I checked Tipsbladet

<sup>14</sup> Det syntaktiske niveau bliver analyseret i den anden del af undersøgelsen.

and since I couldn't find it there, it must have been fabricated.  
But it gallops fast...'

Mens der ingen eksempler blev fundet for assimilation, er der blandt de analyserede tweets ét eksempel på klise. I klisen tilknytted der tryk-svage ordformer eller morfemer til et trykstærkt, prominent led [Hansen, Heltoft, 2011, s. 1638]. Klisen kunne derfor kaldes et fonologisk træk. Der skelnes mellem proklitiske (foranstillede) og enklitiske (efter-stillede) led. I (15) har vi med et proklitisk led at gøre, hvor udtalen af præpositionen med foran tryksvagt pronomen dem er ['mæ]:

- (15) @nurse\_seb @bjarkelindemann Væk **m dem** [238] 'Away with them.'

Den lydliggende skrivemåde er den oralitetsmarkør, hvor der findes flest eksempler både blandt de danske (fx i (16)) og de polske tweets (fx i (17)):

- (16) Old **Skool** 😊 [1] 'Old School.'  
(17) @thomas\_dudek @ciachryba **Kajne anung** [328] 'No idea.'

### 3.2.2. *Det leksikalske niveau*

På det leksikalske niveau nævner Schlobinski, Siever [Siever, Schlobinski, 2013, s. 49] onomatopoietika, dialektord og udtryk fra daglig tale. I korpusset findes der kun eksempler på onomatopoietika, som fx i (18) og (19):

- (18) @AndersBksgaard **Hahah**. Skægt. Jeg synes, at den giver rigtig god mening. [317] 'Hahah. Funny. I think it makes a lot of sense.'  
(19) @BurzynskaAga No więc w tym wywiadzie pan doktor wyjaśnia. Że program to to, to i tamto (pierwsze zdanie twitterowej zajawki), a hasło na wybory do PE definiuje Wschód/Zachód (drugie zdanie twitterowej zajawki). I to jest właśnie skrót z dwóch wątków. Ale żeby aż trzy razy czytać? **Fiu, fiu** 😊 [363] 'So in this interview, the doctor explains. That the program is this, this and that (the first sentence of the twitter snippet), and that the slogan for the EP election defines East/West (the second sentence of the twitter snippet). And that's

the shorthand of the two threads. But to read it three times?  
Phew, phew’.

Hvad det mest interessante er, er, at der er væsentligt flere danske tweets med onomatopoietika end polske. Det skal tilføjes, at de leksikalske oralitetsmarkører skal ses som nærhedsmarkører, der sammen med afvigelserne fra skriftsprognormen reducerer afstanden mellem Twitter-brugeren og dens modtagere. Når man vælger det passende fonetisk-grafiske og leksikale middel, forskyder man automatisk graden af kommunikationstilstand mod venstre (sml. Nähe / Distanz i figur 5). Hvis et tweet skulle placeres på fig. 5, skulle den ligge lidt nærmere til polen *kommunikative Distanz / konzeptionelle Schriftlichkeit* ‘kommunikativ distance / konceptuel skriftlighed’ i modsætning til fx en sms, der ligger klart i retning af polen *kommunikative Nähe / konzeptionelle Mündlichkeit* ‘kommunikativ nærhed / konceptuel mundtlighed’.

#### 4. OPSUMMERING

Selvom kun 1 % af befolkningen i Danmark bruger Twitter aktivt, og 14 % i Polen, er dette sociale netværk en interessant kilde for dansk-polsk sprogforskning. I undersøgelsen blev i alt 320 danske og 320 polske tweets analyseret med hensyn til divergenserne, der forekommer inden for sådanne sproglige fænomener som ortografi og talesprog.

Kontraster i ortografi er næsten umærkelige. Mens i de dansksprogede tweets forekommer 99,5 % af ordforrådet i standardortografi, er det i de polsksprogede tweets 98,8 % af ordforrådet. Slåfejl danner kun 0,07 % af det danske og 0,1 % af det polske Twitter-ordforråd. Når det drejer sig om majuskelskrift, udgør ord skrevet kun med majuskler 0,3 % af alle ord i det danske korpus. Det er kun 0,1 % mere end i det polske korpus, hvor 26 ord blev derudover skrevet uden diakritiske tegn (0,42 % af alle ord).

Inden for talesprog forekommer både elision og klise kun i de dansksprogede tweets. Eksempler på den lydliggende skrivemåde findes der oftere i det polske (0,94 %) end i det danske korpus (0,31 %). Til gengæld er der flere onomatopoietika i de dansksprogede tweets (2,81 %) end i de polsksprogede (0,31 %).

Tabel 2 indeholder opsummeringen af alle kontraster mellem de danske og de polske tweets:

*Tabel 2. Opsummeringen af kontraster mellem de danske og de polske tweets*

område	karakteristikon	resultat	
		dansk	polsk
<b>statistik</b>	data	320 tweets af 16 mandlige og 16 kvindelige bruger	320 tweets af 16 mandlige og 16 kvindelige bruger
	mængde af tegn (uden mellemrum)	35788 <sup>15</sup>	39271 <sup>16</sup>
	mængde af ord	6726 <sup>17</sup>	6118 <sup>18</sup>
<b>Ortografi</b>	standardstavning	99,5 % (af alle ord)	98,8 % (af alle ord)
	en konsekvent anvendelse af små bogstaver	1,25 % (af alle tweets)	0,31 % (af alle tweets)
	en konsekvent anvendelse af store bogstaver	0,3 % (af alle ord)	0,2 % (af alle ord)
	hybrid stavemåde	0 % (af alle tweets)	0,31 % (af alle tweets)
	mangel af diakritika	0,42 % (af alle ord)	0,54 % (af alle ord)
	fremhævelse	0,3 % (af alle ord)	0,2 % (af alle ord)
	slåfejl	0,07 % (af alle ord)	0,1 % (af alle ord)
<b>Talesprog</b>	elision	1,25 % (af alle ord)	0 %
	assimilation	0 %	0 %
	klise	0,31 % (af alle tweets)	0 %
	lydlignende skrivemåde	0,31 % (af alle tweets)	0,94 % (af alle tweets)
	onomatopoietika	2,81 % (af alle tweets)	0,31 % (af alle tweets)

<sup>15</sup> 111,8 tegn pr. tweet.

<sup>16</sup> 122,7 tegn pr. tweet.

<sup>17</sup> 21 ord pr. tweet.

<sup>18</sup> 19,1 ord pr. tweet.

Selvom Twitter først ligger på den 11. plads blandt de største sociale netværker<sup>19</sup>, er det det vigtigste mikro-blogging-værktøj, og efter min mening altså det vigtigste sociale netværk i verden udover Facebook.

På grund af sin nemme tekniske håndtering og tegnbegrænsning er Twitter forudbestemt til *user generated content*. På samme tid åbner dette sociale netværk også et bredt forskningsfelt for forskellige videnskaber. Ud af lingvistik, medie- eller kommunikationsvidenskab kunne man forvente forskellige oplysninger om Twitters brugertypologi, funktioner (informere, orientere, fornøje osv.) og især sproglige egenskaber.

## REFERENCES

- 60 Incredible and Interesting Twitter Stats and Statistics. Available at: <https://www.brandwatch.com/blog/44-twitter-stats/> (accessed: 12.07.2018).
- Boyd D., Golder S., Lotan G. Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *43<sup>rd</sup> Hawaii International International Conference on Systems Science (HICSS-43 2010), Proceedings*. Koloa / Kauai, 2010, P. 1–10. Available at: <https://ieeexplore.ieee.org/document/5428313/?arnumber=5428313> (accessed: 16.11.2017).
- Cook G. *Why Don't Teens Tweet? We Asked Over 10.000 of Them*. 2009. Available at: <https://techcrunch.com/2009/08/30/why-dont-teens-tweet-we-asked-over-10000-of-them/> (accessed 31.05.2020).
- Dang-Anh M., Einspänner J., Thimm C. Mediatisierung und Medialität in Social Media: Das Diskurssystem "Twitter". *Sprache und Kommunikation im technischen Zeitalter*. Berlin / Boston: De Gruyter, 2013. S. 69–91.
- Das ist der Tweet mit den meisten Likes aller Zeiten. Available at: <https://t3n.de/news/tweet-meisten-likes-aller-zeiten-848009> (accessed: 14.07.2018).
- Hansen E., Heltoft L. *Grammatik over det danske sprog*. Odense: Syddansk Universitetsforlag, 2011. 1842 s.
- Honeycutt C., Herring S. Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter. *Proceedings of the Forty-Second Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-42)*. Los Alamitos, CA: IEEE Press, 2009. Available at: [http://www.let.rug.nl/welling/cc/honeycutt\\_herring-Beyond%20Microblogging.pdf](http://www.let.rug.nl/welling/cc/honeycutt_herring-Beyond%20Microblogging.pdf) (accessed: 27.07.2018).
- How to post links in a Tweet*. Available at: <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-tweet-a-link> (accessed: 19.05.2020).
- Is twitter about to have a big spam problem?* Available at: <http://mashable.com/2008/03/24/twitter-spam/> (accessed: 17.05.2020).

---

<sup>19</sup> Kilde: de.statista.com [Tilgang: 13.07.2018]

- Java A., Finin T., Xiaodan S., Belle T. *Why We Twitter: Understanding Microblogging Usage and Communities*. 2007. Available at: [https://ebiquity.umbc.edu/\\_file\\_directory\\_/papers/369.pdf](https://ebiquity.umbc.edu/_file_directory_/papers/369.pdf) (accessed: 27.07.2018).
- Jungherr A. *Twitternde Politiker: Zwischen buntem Rauschen und Bürgernähe 2.0. Soziale Netze in der digitalen Welt: Das Internet zwischen egalitärer Beteiligung und ökonomischer Macht*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 2009. S. 99–127.
- Koch P., Oesterreicher W. Mündlichkeit und Schriftlichkeit von Texten. *Textlinguistik: 15 Einführungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2008. S. 199–215.
- Koch P., Oesterreicher W. Schriftlichkeit und Sprache. *Schrift und Schriftlichkeit. Writing and its use. Ein interdisziplinäres Handbuch internationaler Forschung. An Interdisciplinary Handbook of International Research*. Berlin / New York: Walter de Gruyter, 1994. S. 15–43.
- Krishnamurthy B., Gill P., Arlitt M. A Few Chirps About Twitter. *Proceedings of the first Workshop on Online social networks — WOSN. 17.–22.08.2008*. Seattle / New York, 2008. P. 19–24. Available at: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.190.5190&rep=rep1&type=pdf> (accessed: 27.07.2018).
- Lemke J. Travels in hypermodality. *Visual Communication, Band 1*, 3. New York, 2002. P. 299–325.
- Marx K., Weidacher G. *Internetlinguistik. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr Verlag, 2014. 236 s.
- Mischaud E. *Twitter: Expressions of the Whole Self. An investigation into user appropriation of a web-based communications platform*. London, 2007. Available at: <http://www.lse.ac.uk/media-and-communications/assets/documents/research/msc-dissertations/2007/Mishaud-Final.pdf> (accessed: 26.05.2020).
- Moraldo S. Twitter: Kommunikationsplattform zwischen Nachrichtenticker, Small Talk und SMS. *Internet.kom. Neue Sprach- und Kommunikationsformen im WorldWideWeb. Band 1: Kommunikationsplattformen*, Roma, 2009. S. 245–281. Available at: <https://www.mediensprache.net/archiv/download.aspx?id=4229> (accessed 25.09.2019).
- Quan-Haase, A., Cothrel, J., Wellman, B. Instant messaging for collaboration: A case study of a high-tech firm. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), article 13, 2005. Available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue4/quan-haase.html> (accessed: 16.04.2020).
- Runkehl J., Schlobinski P., Siever T. *Sprache und Kommunikation im Internet*. Osnabrück/Selze: Westdeutscher Verlag, 1998. 234 s.
- Rybszleger P. Selbstdarstellung auf Twitter als Bestandteil einer Online-Identität und Kommunikationshandlung. *Grenzen der Sprache — Grenzen der Sprachwissenschaft I. Linguistische Treffen in Wrocław Vol. 13*. Wrocław / Dresden: Oficyna Wydawnicza ATUT — Wrocławskie Wydawnictwo Oświatowe, 2017. S. 191–202.
- Schlobinski P., Fortmann N., Groß O., Hogg F., Hortmann F., Theel R. Simsen. Eine Pilotstudie zu sprachlichen und kommunikativen Aspekten in der

- SMS-Kommunikation. *Networx*, Nr. 22, Hannover, 2001. Available at: <http://www.mediensprache.net/networx/networx-22.pdf> (accessed: 12.05.2020).
- Siever T., Schlobinski P. *Microblogs global. Eine internationale Studie zu Twitter & Co. Aus der Perspektive von zehn Sprachen und elf Ländern*. Frankfurt: Peter Lang, 2013. 311 s.
- Siever T. Zwischen Blog und SMS: Das Microblog Twitter.com aus sprachlich-kommunikativer Perspektive. *Entwicklungen im Web 2.0*. Frankfurt: Peter Lang, 2012. S. 73–96.
- Smułczyński M. 27:1. Der internationale Online-Diskurs zu Wahl des Präsidenten des Europäischen Rates. *Online-Diskurse im interkulturellen Gefüge. Wissenstransfer, Öffentlichkeiten, Textsorten*. Berlin: Peter Lang, 2018. S. 271–288.
- Storrer A. Hypertextlinguistik. *Textlinguistik. 15 Einführungen*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 2008. S. 315–332.
- The Top 15 Twitter Clients Used by the Top 35 Social Media Influencers. Available at: <https://nealschaffer.com/top-20-twitter-clients-2012/> (accessed: 10.05.2020).
- Thimm C., Einspänner J., Dang-Anh M. Twitter als Wahlkampfmedium: Modellierung und Analyse politischer Social-Media-Nutzung. *Publizistik*, 57(3), 2012. S. 293–313. Available at: [https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/53894/ssoar-publizistik-2012-3-thimm\\_et\\_al-Twitter\\_als\\_Wahlkampfmedium\\_Modellierung\\_und.pdf?sequence=1](https://www.ssoar.info/ssoar/bitstream/handle/document/53894/ssoar-publizistik-2012-3-thimm_et_al-Twitter_als_Wahlkampfmedium_Modellierung_und.pdf?sequence=1) (accessed: 27.07.2018).
- Werry C. C. Linguistic and interactional features of Internet Relay Chat. *Computer-mediated communication: Linguistic, social and crosscultural perspectives*. Amsterdam: John Benjamins, 1996. P. 47–63.
- Wśród polskich użytkowników Twittera przeważają mężczyźni, osoby z dużych miast i ze średnim lub wyższym wykształceniem (analiza). Available at: <https://www.wirtualnemedial.pl/artukul/twitter-jacy-sa-jego-polscy-uzytownicy-przewazaja-mezczyzni-osoby-z-duzych-miast-i-ze-srednim-lub-wyzszym-wyksztalaniem-analiza> (accessed: 22.08.2019).
- Zinko C. What is Biz Stone doing? *San Francisco Chronicle*. 2009. Available at: <https://www.sfgate.com/living/article/What-is-Biz-Stone-doing-3165704.php> (accessed 27.07.2018).

## KORPUS

Korpuset er tilgængeligt under det følgende link: [https://uniwroc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/michal\\_smulczynski\\_uwr\\_edu\\_pl/EREq1katNLhEnmjRMsD2O-oBIEq5pw8A8U\\_RABZCTcAbrw?e=qDgv68](https://uniwroc-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/michal_smulczynski_uwr_edu_pl/EREq1katNLhEnmjRMsD2O-oBIEq5pw8A8U_RABZCTcAbrw?e=qDgv68)



**Michał Smułczyński**

*University of Wrocław, Poland*

**MICROBLOGGING IN DENMARK AND POLAND —  
A CONTRASTIVE ANALYSIS. PART I**

**For citation:** Smułczyński M. Microblogging in Denmark and Poland — a contrastive analysis. Part I. *Scandinavian Philology*, 2021, vol. 19, issue 1, pp. 101–125.  
<https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2021.107> (In Danish)

The anthology *Microblogs global* is an international study of Twitter. Fifteen researchers examined tweets in Chinese, German, English, French, Italian, Japanese, Dutch, Portuguese, Russian, and Spanish regarding the following linguistic phenomena: orthography, spoken language, vocabulary, reduction, syntax, graphostylistics, interaction and the functional aspects. The book was an inspiration for the analysis of tweets in Danish and Polish because the two languages were not included in the original study. Furthermore, a contrastive analysis of the Polish and Danish tweets is included to highlight the differences in the language of the tweets. The following article is the first part of this study. It deals with the social network and microblogging tool Twitter, including the more technical side of microblogging. The many types of tweets and the extensive terminology involved are thoroughly and conscientiously explained. The contrasts regarding orthography and spoken language are analyzed whereas the discrepancies in vocabulary, reduction, syntax, graphostylistics, interaction and the functional aspects will be described in the second part of the study. The basis for the description is a compilation of 640 tweets — 320 Polish and 320 Danish — from an inhomogeneous community that posts mainly in Polish / Danish. Profiles were chosen completely by chance and they belong to various politicians, journalists and individuals. The study covers the period from March 30 to April 6, 2019.

**Keywords:** microblog, Twitter, orthography, spoken language, contrastive analysis.

**Michał Smułczyński**

Lecturer,

University of Wrocław,

1, Plac Uniwersytecki, Wrocław, 50–137, Poland

E-mail: [michal.smulczynski@uwr.edu.pl](mailto:michal.smulczynski@uwr.edu.pl)

Received: March 1, 2021

Accepted: April 16, 2021