



UDC 811.113.4

**Michał Smułczyński**

*University of Wrocław, Poland*

## **MIKROBLOGGING I DANMARK OG POLEN — EN KONTRASTIV ANALYSE. 2. DEL**

**For citation:** Smułczyński M. Mikroblogging i Danmark og Polen — en kontrastiv analyse. 2. Del. *Scandinavian Philology*, 2021, vol. 19, issue 2, pp. 285–312.  
<https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2021.205>

Denne artikel er den anden del af en kontrastiv undersøgelse af danske og polske tweets, som blev inspireret af antologien ”Microblogs global”. Den første del af undersøgelsen behandlede det sociale netværk og mikroblogging-værktøjet Twitter, herunder den mere tekniske side af mikroblogging. Der blev grundigt og samvittighedsfuldt gjort rede for de mange tweet-typer og den omfattende terminologi på området. Derudover blev kontrasterne vedrørende ortografi og talesprog analyseret. Til den følgende beskrivelse blev der samlet 320 danske og 320 polske tweets. De kommer fra fuldstændig tilfældigvis udvalgte profiler, der tilhører forskellige politikere, journalister og privatpersoner, der poster især på dansk / polsk. Analysen omfatter perioden fra 30. marts til 6. april 2019, og omfatter forskellene i tweets med hensyn til ordforråd, hvor bl.a. daglig tale, anglicismer eller skældsord er blevet analyseret, til tekniske og sproglige reduktionsmuligheder og til struktur af sætninger. Der analyseres graden af grafostilistik i forhold til emojis, emotikoner, smileys og iteration. Interaktionsoperatorer undersøges, såvel som de funktionelle aspekter af tweets, dvs. om tweets kan kategoriseres fx som meddelelser, kommentarer, statements eller spørgsmål. Det viste sig, at de væsentligste kontraster forekommer i sådanne domæner som reduktion, grafostilistik og interaktion. Mens det polske korpus kun indeholder 15 kortformer/komposita/forkortelser, findes der i det danske korpus 3 gange flere af sådanne ord (51 eksempler). Forskelle inden for grafostilistikken angår fremfor alt antallet og typerne af emojis. Derudover bliver emotikoner gentaget eller koncentreret kun i de danske tweets. Divergenserne i ordforråd og syntaks er næsten umærkelige.

**Nøgleord:** mikroblog, Twitter, ordforråd, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion, funktionelle aspekter, en kontrastiv analyse.

## 1. INDLEDNING

Twitter<sup>1</sup> er nu til dags et af de mest populære sociale medier i verden. Dets vigtigste egenskab er kortfattet, dvs. hvert indlæg — et tweet — kan højst være på 280 tegn, hvorved det før november 2017 var 140 tegn. Det har fremtvunget en stor kreativitet i sprogbrugen [Moraldo, 2009].

Twitter er blevet genstand for talrige videnskabelige analyser. Den første betydningsfulde undersøgelse af Java, Finin, Xiaodan, Belle [Java, Finin, Xiaodan, Belle, 2007] handler om kommunikation på Twitter, dens typologiske og geografiske egenskaber, såvel som hvad Twitter generelt bliver brugt til.

Til de andre publikationer, der generelt handler om Twitter hører de af Krishnamurthy, Gill, Arlitt [Krishnamurthy, Gill, Arlitt, 2008], Moraldo [Moraldo, 2009], Siever [Siever, 2012], Christiansen, Rose [Christiansen, Rose, 2017] og Murthy [Murthy, 2018]. Dang-Anh, Einspänner, Thimm [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013] beskriver Twitter som et diskurssystem, mens Honeycutt, Herring [Honeycutt, Herring, 2009] eller Boyd, Golder, Lotan [Boyd, Golder, Lotan, 2010] fokuserer på de kommunikative aspekter.

Twitters rolle i politik blev undersøgt af bl.a. Jungherr [Jungherr, 2009], Lassen, Brown [Lassen, Brown, 2010], Bastos, Raimundo, Travitzki [Bastos, Raimundo, Travitzki, 2013] og Thimm, Einspänner, Dang-Anh [Thimm, Einspänner, Dang-Anh, 2012]. Rybszleger [Rybszleger, 2017] beskæftigede sig med selvportræt på Twitter, mens Hovy, Quist [Hovy, Quist, 2018] undersøger Twitters rolle som ressource og database til kvantitative analyser af skriftlige sprogbrugsdata.

Til de vigtigste undersøgelser af Twitter hører også den af Siever og Schlobinski. De to forfattere udgav i 2013 en antologi “Microblogs global” [Siever, Schlobinski, 2013]. Værket er en international undersøgelse af Twitter, hvor femten forskere undersøgte tweets på kinesisk, tysk, engelsk, fransk, italiensk, japansk, hollandsk, portugisisk, russisk og spansk.

Siever og Schlobinskis værk var en inspiration til at analysere tweets på dansk og polsk, fordi intet af de to sprog var inkluderet i analysen. Denne artikel er den anden del af en kontrastanalyse, hvor de polske og de danske tweets bliver sammenlignet for at fremhæve forskelle i twe-

---

<sup>1</sup> Betegnelsen *Twitter* kommer fra det engelske ord ‘to twitter’ [Siever, 2012, p. 74].

etsprog. Der fokuseres på følgende sproglige fænomener [Smułczyński, 2021, p. 102]:

- ORTOGRAFI<sup>2</sup>, dvs. brugen af standard-stavning; kun skrivning med store/små bogstaver; hybridstavning; sammenskrivning; slåfejl;
- TALESPROG<sup>3</sup>, dvs. elision; assimilation; klitisering; lydefterlignende 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>4</sup>, der var grundlag til den følgende beskrivelse består af 320 polske og 320 danske tweets. Opslag, der kommer fra fuldstændigt tilfældigt udvalgte profiler, der tilhører forskellige politikere, journalister og privatpersoner, skal opfylde følgende kriterier [Smułczyński, 2021, p. 102]:

- 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.

---

<sup>2</sup> Ortografi blev analyseret i den 1. del af undersøgelsen [Smułczyński, 2021, p. 113–116].

<sup>3</sup> Talesprog blev analyseret i den 1. del af undersøgelsen [Smułczyński, 2021, p. 116–120].

<sup>4</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). Se også kapitel 6.

Der blev hver gang startet med de nyeste beskeder (analysen 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 [Smułczyński, 2021, p. 102].

Den første del af undersøgelsen indeholder en teoretisk diskussion om Twitter, dens udvikling og rolle som et element i den globale online diskurs såvel som en analyse af fænomener: ortografi og sprog. I den anden del fokuseres der på fænomenerne: ordforråd, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion og de funktionelle aspekter [Smułczyński, 2021, p. 102–103].

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

### 2.1. Ordforråd

I det følgende kapitel fokuseres der fremfor alt på den i tweets forekommende daglig tale, såvel som anglicismer (sammen med andre fremmedord), fordi de typisk forekommer i internetkommunikationen [Siever, Schlobinski, 2013, p. 50]. Skældsord er også blevet analyseret.

Kun 7 af de danske og 8 af de polske Twitter-konti indeholder daglig tale. Eksempler, som jeg fandt i det danske (a) og det polske (b) korpus, er oplistet nedenunder:

- a) old skool, holy shit, god pointe, jinx, fact, breake, keep on fighting!, faget er lort 'the course is rubbish', fedt 'cool', ciao, crazy;
- b) imba<sup>5</sup>, eurowybory 'elections to the European Parliament', pierdel 'clink', zajawka 'trailer', No to bum!, odwalić 'to botch (up)', odpalić 'to retort', zbanować 'to ban', żenada 'shame', pierdolec 'fucker', bandyterka 'banditry', gloriosy 'glory', chabanina 'bad meat'.

Som man kan se ovenfor, udgør flertallet i den danske daglig tale ord af engelsk afstamning, bortset fra *lort* og *fedt*. De bruges for det meste som udbrud, som fx (1):

- (1) @GravgaardThomas @NielsChrFred **Holy shit**, det er sjovt. Så skidt med at det er teater, for han siger bare, hvad alle mænd inderst inde tæn-

---

<sup>5</sup> Imba er faktisk en forkortelse af et engelsk ord *imbalance*. Se også kapitel 2.2.

ker. [2]<sup>6</sup> ‘Holy shit, that’s funny. So never mind that it’s theater, because he’s just saying what every man deep down is thinking.’

I alt indeholder samlingen 24 ord og udtryk, hvilket betyder, at den daglige tale i gennemsnit blev brugt i hver 27. tweet. Den daglige tale er mere almindelig i de polsksprogede tweets. Statistisk indeholder hver 24. tweet sådant et ordforråd. I de dansksprogede tweets forekommer den daglige tale i hver 29. tweet. Det skal understreges, at mange af de ovennævnte ord kendes fra hverdagens talesprog, hvilket igen tyder på den mundtlige stil i den private digitalkommunikation [Siever, Schlobinski, 2013, p. 51].

Når der analyseres fremmedsproglige leksemer i tweets, bør der lægges særlig vægt på det engelske sprog, da engelsk i øjeblikket har den største indflydelse på både dansk og polsk og er genstand for mange diskussioner [Siever, Schlobinski, 2013, p. 52]. I det polske korpus findes der kun to tweets, der indeholder anglicismer ((2) og (3)):

- (2) Dlaczego jednak nie jestem **#digitalnatives**. Pamiętam telewizje bez TVN, politykę sprzed PiS i PO, Warszawę bez galerii handlowych i telefony na kablu. **#cybertransformations** <https://t.co/NIRIc27cb5> [482] ‘Why I’m not #digitalnatives though. I remember TVs without TVN, politics before PiS and PO, Warsaw without shopping malls and phones on cable. #cybertransformations’
- (3) Ale przebija się i obowiązująca polska narracja: **Poland does its part, more than 1 mln displaced Ukrainians have found refuge here, etc.** [588] ‘But the current Polish narrative also shines through: Poland does its part, more than 1 million displaced Ukrainians have found refuge here, etc.’

I (2) er anglicismer samtidig hashtags, hvoraf #digitalnatives er et integreret hashtag<sup>7</sup>. Begge udtryk kommer fra computer- og internetdomæne. I (3) kan det være et citat fra en engelsk nyhedsportal.

Blandt de dansksprogede tweets findes der kun 19 opslag med anglicismer. Disse tweets kan deles ind i to grupper. Ud over statusbeskeder, der indeholder nogle anglicismer, er der komplette tweets skrevet på engelsk, såsom (5):

---

<sup>6</sup> Eksemplerne er nummererede, hvor tallet i en kantet parentes henviser til tweetnumret i korpusset.

<sup>7</sup> Et integreret hashtag betyder, at det er integreret i tweetindholdet (se også i kapitel 2.2).

- (4) @larsloekke @CramesDK @metteabildgaard @Astridkrag @venstredk @dr2deadline ja. Som jeg skrev før: Spørgsmålet blev stillet, mens du gik. Og det var ærgerligt, at du ikke ville blive og svare på mere end ét enkelt spørgsmål. Og vi er klar på et interview **anytime** [41] ‘Yes. As I wrote before: The question was asked while you were walking. And it was too bad you wouldn’t stay and answer more than one question. And we’re ready for an interview anytime.’
- (5) FREAKIN’ COOL ELEPHANT! Okay, I give up!: Out of ALL the awesome towel-animals I have seen in my life (many!), Cititel in Penang has made the most impressive one to date! 🐘 @VisitPenang @Penanghotel-list #penang #citolit <https://t.co/hqhuBfpZla> [310]

I disse tilfælde drejer det sig om folk, der skriver deres tweets overvejende på dansk, og på grund af internationale kontakter eller svar på engelsksprogede tweets, skriver de deres poster på engelsk [Siever, Schlobinski, 2013, p. 52].

Ud over det engelske sprog findes der også ord på norsk (6), italiensk (7), og arabisk (8):

- (6) @Langhalsen Det **skjønner** jeg. Man ble jo **satt ut** selv med stor **distanse** til det. Jeg har **forøvrig hatt** de **toffeste** kriminelle på kontoret **mitt gråtende**, så ting er ikke **alltid** kun **hva** man ser på **utsiden**. [257] ‘I appreciate that. One was put out even with great distance to it. By the way, I have had the toughest criminals in my office crying, so things are not always just what you see on the outside.’
- (7) @madsms94 @data02 Han er ikke et hak værre end så mange andre — Nej — Den han lavede i Vejle var klam og han fik som fortjent på efterbevilling — Men vi behøver heller ikke være enige i, hvem man godt kan lide..... **Ciao** [111] ‘He is not a notch worse than so many others — No — The one he made in Vejle was disgusting and he got as deserved on the postponement — But we also do not agree on whom you like..... Ciao.’
- (8) Selvantænder — **allahu akbar** i Skagen. Akryl på maleri fra genbrugsbutik. 2019. #dkkultur #Fiskeren <https://t.co/gTqifkuajN> [81] ‘Self-breathing — allahu akbar in Skagen. Acrylic on painting from thrift shop. 2019.’

Til sidst skal det bemærkes, at der findes skældsord i det polske korpus. Det skal dog understreges, at sådanne ord i de polsksprogede tweets ikke forekommer i deres *fuldversion*. Folk har brugt forskellige teknikker til at maskere disse ord, enten ved at bruge specifikke forkortelser som i (9) eller ved at fjerne enkeltbogstaver fra ordene, som i (10):

- (9) Ale jaja, możecie mi wierzyć, albo nie, ale tekst @R\_A\_Ziemkiewicz <https://t.co/6nEvxsC48r> czytam dopiero teraz, a rysunek <https://t.co/W8JFa9kapx> zrobiłem w niedzielę. A jest nawet podobne wyrażenie, u mnie „odwalał” (prawdę mówiąc mailem ohotę na **odpie.dola**) a tu „odpali”. [424] ‘Oh my God, believe it or not, but I read the text of @R\_A\_Ziemkiewicz <https://t.co/6nEvxsC48r> only now, and the drawing <https://t.co/W8JFa9kapx> I made on Sunday. And there’s even a similar expression, in my case “botch it up” (to tell you the truth I wanted to write “screw it up”) and here “to give sb sth”’
- (10) **Iprdl**..Nie wierzę <https://t.co/siRFqJgEZI> [608] ‘Fuck... I can’t believe.’

## 2.2. Reduktion

Til kortformerne hører videresendingsstandarden RT (= Retweet). Desuden spiller reduktionen af url'en en meget vigtig rolle i Twitter. Mens en tweets tilladte længde er i dag 280-tegn, og hverken url eller hashtags reducerer den, kunne en web-adresse tidligere ofte gå ud over rammerne på 140 tegn. En eksempel-url fra dr.dk: <https://www.dr.dk/nyheder/indland/eksplosion-i-greve-politiet-samarbejder-med-specialenhed-i-efterforskningen> har 109 tegn, så der var kun 31 tegn tilbage for at kunne skrive en kommentar. Derfor er de såkaldte url-forkortere blevet mere og mere populære. Med sådan en webtjeneste gemmes url'en først i en database og der tildeles derefter et ID i form af et nummer eller en tegnkode. På den måde kan den ovennævnte url fra dr.dk forkortes fra 109 tegn til 22 tegn: <https://bit.ly/2HzJFii>, altså med 87 tegn (80 %) [Siever, Schlobinski, 2013, p. 56].

I de indsamlede tweets har alle brugerne forkortet deres url. Danskerne har brugt 36 forkortede url, mens polakkerne 26 url. Alle url blev forkortet ved hjælp af Twitter (t.co). Uden for Twitter eller bit.ly er det bl.a. goo.gl, tinyurl.com, ow.ly, is.gd og buff.ly, der hører til de mest populære url-forkortere [The Top 14 URL Shorteners to Shorten Long Page URLs]. I dag har urls længde ikke nogen påvirkning på en tweets tegnmængde, men der bruges alligevel stadig url-forkortere. En grund til det kan være, at en tweet med en forkortet URL er mere gennemsigtig og nemmere i reception<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> En url kan fra tid til den anden være multifunktionel. I et eksempel i Siever, Schlobinski [Siever, Schlobinski, 2013, p. 56–57] forbinder en kort-url følgende funktioner: reduktion af url, dens integration med sætningen, subjekt- og henvisningsfunktion.

Ved siden af url-forkorterne står også twitpic.com til rådighed, hvorved det koder ikke websider, men billeder og videoer, og gør det muligt at integrere dem i en tweet, så det ikke er nødvendigt at åbne dem i en browser. Når det drejer sig om billede-integration i tweets, blev der brugt et billede i 27 tweets (8 %) af danske brugere. Det er halvdelen i sammenligning med de polske brugere. Her er der et billede i 52 tweets (16 %).

Ved siden af de rent tekniske reduktionsmuligheder, er der også de sproglige. Der er to muligheder for at forkorte et ord på ordniveau: orddannelse (akronymer, sammenrykninger) eller forkortelse [Siever, Schlobinski, 2013, p. 57]. Mens akronymer og forkortelser hjælper at reducere kompleksiteten, bliver den højere ved sammenrykninger [Siever, Schlobinski, 2013, p. 57]. I det analyserede materiale er der eksempler på alle sproglige reduktionsmuligheder (tabel 1):

Tabel 1. Eksempler på sproglige reduktionsmuligheder i danske og polske tweets

| REDUKTIONSMULIGHED | DANSKE TWEETS                        | POLSKE TWEETS  |
|--------------------|--------------------------------------|--|
| AKRONYM            | LA, OB, DE, S, FCK                   | PP, LGBTQIA, #PO, #OFE, #ZUS, PMM, @MF_GOV_PL @MPiT_GOV_PL |
| SAMMENRYKNING      | #erderenvoksentilstede, #derforuffe, | patoLinkiewicz,  |
| FORKORTEELSE       | OBS                                  | imby, spr., prok., Nika,                                   |

Fremfor alt er det overraskende, at både danskerne og polakkerne sjældent bruger de sproglige reduktionsmuligheder<sup>9</sup>. Grunden til det kunne være, at en tweets længde i november 2017 blev forøget fra 140 til 280 tegn, og derfor er økonomi i sprogbrugen ikke så vigtig som tidligere.

Man kan sige, at både danske og polske akronymer som er nævnt ovenover, er tematisk mest forbundet med politik eller sport. Et interessant tilfælde er ordet *imby* (nominativ → imba), fordi det faktisk er en forkortelse af det engelske ord *imbalance*<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Kun i 51 danske (16 %) og 15 (5 %) polske tweets forekommer der et akronym/ en sammenrykning eller en forkortelse.

<sup>10</sup> Ordet *imby* forekommer i [490] i betydningen *problemet*.



Der er også et eksempel på en kombination af akronym og forkortelse, nemlig et hashtag #dkpol, der består af et forkortelsesord *dk* (for Danmark) og *pol* (for politik). Hashtagget forekommer i 12 % af de danske tweets.

Reduktionens rolle er vigtig for sprogøkonomien, men den kan også føre til tvetydighed. Nogle reducerede former kan kun rekonstrueres i en specifik kontekst. Ved det polske forkortelsesord PMM kan blot den politiske kontekst hjælpe at forstå, at det drejer sig om den polske statsminister Mateusz Morawiecki (PMM = Premier Mateusz Morawiecki).

På grænsefladen til syntaks gør Siever, Schlobinski [Siever, Schlobinski, 2013, p. 60] også opmærksom på hashtags, men kun på dem, der er integreret i tweetindholdet, som i (11) og i (12):

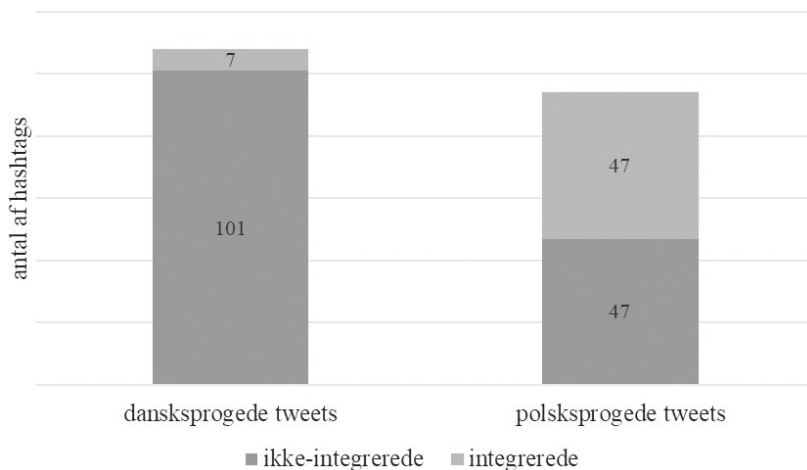
- (11) Klima debat med **#FridaysForFurture** masser af seje unge fra hele landet #dkgreen #dkpol <https://t.co/DjAP9nkCK1> [233] 'Climate debate with #FridaysForFurture lots of cool young people from all over the country'.
- (12) Jestem przeciw takim posunięciom, gdyż chciałbym usłyszeć w @WiadomosciTVP jak @MiAdamczyk chwali Unię Europejską i mówi, że trzeba dać schronienie **#uchodzczy**, a osobom **#LGBT** należy się szacunek. Mina Michała będzie bezcenna <https://t.co/hioYSDQald> [323] 'I'm against such moves because I'd love to hear @MiAdamczyk on @NewsTVP praising the European Union and saying #refugees should be given shelter and #LGBT people should be respected. Michał's face will be priceless'.

At sætte et hashtag ind i en sætning fungerer også som en slags reduktion, fordi et hashtag gør det muligt at sætte en tweet i en bestemt (bred) kontekst. De kontekstualiserende hashtags refererer enten til skemaer fra baggrundsviden eller til isolerede processer. Derudover tjener et hashtag ikke kun til kontekstualisering, men også til den semantiske specifikation af en sproglig ytring [Dang-Anh, Einspänner, Thimm, 2013, p. 84–85].

Der består en signifikant forskel mellem de danske og de polske tweets, hvad angår brugen af hashtags. Dette kan konkluderes ud af figur 1.

Mens danskere i alt har brugt hashtags 108 gange og polakker 94 gange, er antallet af de dansksprogede tweets med hashtags — 61 tweets — omkring 50 % højere end de polsksprogede — 40 tweets. Man kan sige, at der forekommer en stor koncentration af hashtags i de polsksprogede tweets. Et godt eksempel er (13) med 6 hashtags:

- (13) **#BiałoCzerwona** drużyna **#PiS** w wyborach do **#ParlamentEuropejski** EU **#Mazowsze** **#PolskaSercemEuropy** **#KomwencjaPiS** <https://t.co/>



Figur 1. Hashtagbrug i de danske og de polske tweets og deres integration

uNwQyX9CvG [631] **#BiałoCzerwona** team **#PiS** in elections to **#ParlamentEuropejski** **#Mazowsze** **#PolskaSercemEuropy** **#KomwencjaPiS'**

Derudover har mange flere polske brugere integreret hashtags i deres tweets end de danske brugere. Når man igen kigger på begge grafer, er der kun 7% af alle hashtags integreret med tweets-indhold. Blandt de polske hashtags er det 50%. Blandt de analyserede tweets er der også sådanne, der indeholder både et integreret og et ikkeintegreret hashtag som fx i (14):

(14) **#LFC** køber Shane Long... **#Pldk** [23] **#LFC** buys Shane Long... **#Pldk'**

**#LFC** er her et integreret hashtag og fungerer samtidig som subjekt. Et andet bemærkelsesværdigt eksempel på hashtag-integration findes i en polsksproget tweet (15):

(15) Trzeba pokazać **#Prezes.owi**, a nuż doloży nowy plus do piętki? To nie będzie kosztowne, wystarczy, że **#PiS** przegra wybory, a wolność gospodarcza wróci. Twierdzę, że przedsiębiorcy są gotowi oddać za to Konstytucję dla biznesu i liberalnego Premiera **#Gowin .a**, a nawet **@MPiT\_GOV\_PL** <https://t.co/8ARdM5WSwy> [535] 'You have to show **#Prezes.owi** how about adding a new plus to the five? It won't be expensive, it's enough for **#PiS** to lose the election and economic freedom will

return. I claim that entrepreneurs are ready to give up the Constitution for Business and the liberal PM #Gowin .and even @MPiT\_GOV\_PL for this.’

Man kan bemærke, at hashtags i denne tweet har bøjningsendelser, hvilket ikke forekommer ofte i de polsksprogede tweets<sup>11</sup>. Det er typisk, at hashtagget står (oftest) i nominativ som fx #uchodzcy i (12) ovenfor.

Til sidst vil jeg henvide til en tweet, der kun består af hashtags (16). En bruger kommenterer på den måde en anden tweet. Sådanne tweets har jeg kun fundet i det polske korpus:

(16) #WielkiWybór #KoalicjaEuropejska #ZieloniZbierają <https://t.co/c2pO-8zP2fQ> [420]

### 2.3. Syntaks

På grund af 280-tegnsbegrænsning er tweets relativt korte tekster, der oftest består af simple korte sætninger. Det analyserede materiale indeholder i alt 1109 sætninger. I de danske tweets er der 498 sætninger, mens antallet af sætninger på polsk er nøjagtigt det samme: 498. Med 1,56 sætninger pr. tweet ligger begge sprog på samme niveau. Men det skal tilføjes, at ud over sætninger indeholder tweets i begge sprog også strukturer, der ikke er sætninger. Disse inkluderer for eksempel tweets, der udelukkende består af emoji'er (17) eller af et hyperlink (18).

(17) 😊 😊 😊 <https://t.co/eCCIIQ5fj2> [195]

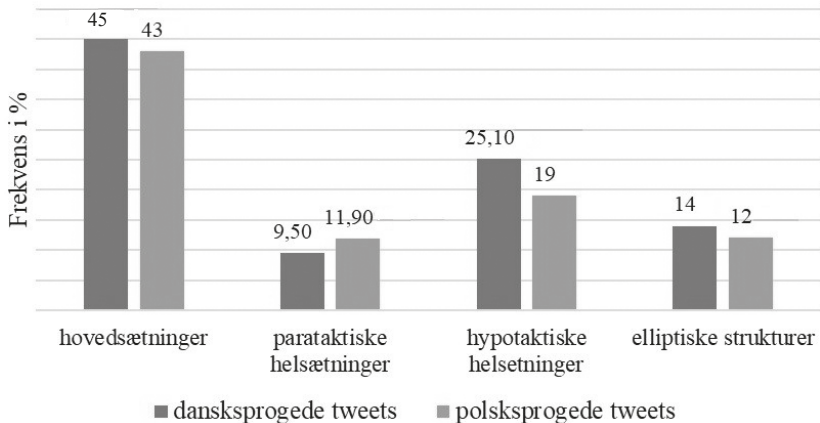
(18) @stumbras3 <https://t.co/mBD0IP5j70> [619]

Blandt de polske tweets forekommer der ikke sjældent sådanne strukturer, der i den polske grammatik kaldes *równoważnik zdania* ‘nominal sentence’. Det er en sætningslignende konstruktion, der mangler et finit, som i eksempel (19):

(19) W #Bydgoszcz rozpoczął się koncert „Artyści przeciw nienawiści” #AllYouNeedIsLove organizatorem niezastąpiony @StasinskiM <https://t.co/bGR0QXP6Y> [409] ‘The Artists Against Hate concert #AllYou-Need-Is-Love organized by the irreplaceable @StasinskiM has begun in #Bydgoszcz’

Det er verbet *jest* (dansk: *er*), der mangler mellem ordene *organizatorem* og *niezastąpiony*. Sådanne konstruktioner blev tildelt til kategorien

<sup>11</sup> (49) er den eneste polske tweet med *bøjede* hashtags.



Figur 2. Sætningstyper i danske og polske tweets

*Andre*. Interessant nok er, at sådanne sætningslignende konstruktioner ikke er ualmindelige i polsk. Derfor er kategorien *andre* i det polske analysemateriale meget mere omfattende end i det danske og udgør 14,1 % af alle strukturer (sætninger + *Andre*), mens det i det danske er 6 %.

Sætninger har jeg delt op i tre kategorier. Den første danner hovedsætninger, den anden: parataktiske helsætninger, den tredje: hypotaktiske helsætninger [Hansen, Heltoft, 2011, p. 283]. Opdelingen kan ses på den nedenstående figur (Figur 2).

Som man kan se på figuren, er ikke-komplekse sætningsstrukturer (hovedsætninger) det grundlæggende syntaktiske mønster i tweets. Andelen af elliptiske strukturer udgør i alt 13 % af alle strukturer (dansk og polsk), mens den er lidt større blandt de dansksprogede tweets — 14 % — end blandt de polsksprogede — 12 %. På det syntaktiske niveau bemærkes det, at elliptiske konstruktioner uden pronomen i subjektsfunktion kun forekommer i det danske korpus som fx i (20):

- (20) @Hartwich81 Har ikke set den igen, men så ud som om han søgte den. Gider ikke se det der film, ligesom Wind i weekenden. [100] 'Haven't seen it again but looked like he was looking for it. Don't want to watch that movie, like Wind this weekend.'

Det er en specifik variant af *person-ellipse*, der kræver orientering i diskussionsroller, og som repræsenterer den slags ellipse, som Zifonun, Hoffmann, Strecker [Zifonun, Hoffmann, Strecker, 1997, p. 416] defi-

nerer som en *forfatter-ellipse*. Forfatter-ellipsen såvel som forfatter-gruppe-ellipsen findes først og fremmest i skriftlige tekstformer, hvor der er et begrænset antal adressater. Dette vedrører private breve, telegrammer, dagbøger, notesbøger, nyhedsbreve osv. Her kan også tilhøre tweets. Interessant i denne sammenhæng er det faktum, at udeladelsen af pronomen i subjektsfunktion betragtes som typisk for den såkaldte *telegramstil* [Tesak, Dittmann, 1991]. Det var i begyndelsen begrænset til fremsendelse via telegraf og først derefter kunne stilen udvikle sig bredere [Siever, Schlobinski, 2013, p. 63].

I det polske korpus forekommer de elliptiske strukturer oftest i reaktive tweets, som er svar på en anden tweet, såsom (21) og (22):

- (21) @Marek92951293 @\_zboral Możliwe. Nawet chciałem to gdzieś zgłosić, ale nie bardzo właściwie wiedziałem, gdzie. [350] 'Possibly. I even wanted to report it somewhere, but I didn't really know where.'
- (22) @break\_from\_it Złożyłem również w trybie dostępu do inf publ- jeżeli nadal nie będą odpowiadać- kolejna skarga do WSA (wczoraj złożona ws. liczby ministrów i wice-też blokują odpowiedź) 😊 [401] 'I also filed a complaint in the mode of access to public information — if they still do not answer — another complaint to the Administrative Court (yesterday filed in the case of the number of ministers and deputy ministers also blocking the answer).'

Telegrammer ligesom tweets eller SMS-beskeder er underlagt økonomiske principper, dvs. overflødige informationer, der er kendt for forfatteren, formel understregning af samtaleroller ved verbet, kan udelades.

Antallene af hovedsætninger er næsten identiske på begge sider: 241 på den danske og 249 på den polske side, hvilket udgør henholdsvis 45,6 % og 43 % af alle konstruktionerne. Det samme kan siges om sætninger, der består af flere hoved- el. ledsætninger, hvis antal her næsten er det samme på begge sprog. I det danske korpus er der 179 sådanne sætninger, mens det i de polske er 183 sætninger, hvilket udgør henholdsvis 34,6 % og 31 % af alle konstruktionerne. Men når man skelner mellem sætninger forbundet med særordnende konjunktioner og ledsætninger, forekommer ledsætninger hyppigere i det danske korpus og udgør 25,1 % af alle konstruktioner, mens det i det polske korpus er 19 %. På den anden side er sætninger forbundet med særordnende konjunktioner i det polske korpus mere almindelige (11,9 %) end i de danske (9,5 %).

Det temmelig store antal af komplekse sætninger kunne komme an på det, at den tilladte længde af tweets siden november 2017 er blevet

fordoblet fra 140 til 280 tegn. Af denne grund indeholder tweets også lange multikomplekse sætninger, som i (23) og (24):

- (23) Det er ikke rimeligt, at virksomhederne skal støtte en motorvej hen over Egholm for at kunne komme med i Aalborg Alliancens tætte samarbejde mellem virksomhederne og Aalborg Kommune om jobskabelse og arbejdskraft. Alle virksomheder bør have den mulighed. <https://t.co/9LhddSpTdZ> [158] 'It is not fair that companies have to support a motorway across Egholm in order to join the Aalborg Alliance's close cooperation between businesses and Aalborg municipality on job creation and labour. All companies should have this opportunity.'
- (24) Postkomunistyczni nauczyciele @ZNP\_ZG żądają teraz 30 % podwyżki podbijając wcześniejsze żądania 1000 zł w trakcie negocjacji, a Rodzice muszą dzieci języków uczyć w prywatnych szkołach i wysyłać dzieci na prywatne korepetycje by dziecko miało szansę rekrutacji na lepszą uczelnię. [454] 'Post-communist @ZNP\_ZG teachers are now demanding a 30 % pay rise, bumping up their earlier demand of 1000 PLN during negotiations, while Parents have to teach their children languages in private schools and send their children to private tutoring to give their child a chance to recruit to a better university.'

## 2.4. Grafostilistik

Graden af Grafostilistik undersøges i relation til emojis (emotikoner), smileys og iteration (tegnætning, bogstaver, ord) der forekommer i tweets.

### 2.4.1. Emojis

Emojis (jap. *emoji* → *e* 'picture' og *moji* 'character') vises i form af et piktogram og / eller ideogram. Der er nu omkring 900 sådanne ikoner, og der er flere og flere, fordi emojis udvikler sig ligesom sproget. Deres hovedrolle er at erstatte længere udtryk. Men de har også andre funktioner: den pragmatiske funktion (at karakterisere, hvordan en udtalelse er) og den syntaktiske funktion (at erstatte interpunktionstegn; at henviser til et verbum eller adjektiv). Det er også vigtigt, at emojis ikke må forveksles med humørikoner.

Under dataindsamlingen har jeg allerede bemærket, at danskerne bruger emojis oftere end polakkerne. I polske tweets blev emojis brugt af 13 personer, mens der var 18 danskere, der brugte emojis i deres tweets. I alt har de polske Twitter-brugere brugt 78 emojis og de danske

85 (altså lidt flere), så i gennemsnit kan man finde én emoji i hver fjerde tweet. Derudover er det også diversiteten af emojis, der er større i de danske tweets end i de polske. Mens de polske Twitter-brugere brugte 26 slags emojis, brugte danskerne 45 slags emojis.

De mest brugte emojis er dem, der symboliserer et ansigt, og i de fleste tilfælde betyder de noget positivt:

- 😊 (grinning face) er den mest populære emoji og den findes sammen med sine varianter som 😄 😁 😂 i alt 25 gange, 11 gange i de polske og 14 gange i de danske tweets, hvoraf varianten 😂 (face with tears of joy) har jeg fundet 4 gange i de polske og 9 gange i de danske beskeder.
- 😊 (smiling face with smiling eyes) er den anden mest populære emoji. Sammen med dens varianter som bl.a. 😄 og 😁 findes den 17 gange, hvoraf 7 gange i de polske og 10 gange i de danske tweets.

Til andre populære emojis hører også dem, der står for hånd eller arm, såsom 🖐️, 🖞️, 🖱️ eller 🦶. Det sidste er især karakteristisk for (de polske) politikere, da de to fingre på ligesom bogstavet V symboliserer en sejr.

I modsætning til danske tweets findes der flag i polske meddelelser. Fire gange kunne jeg finde et polsk flag i det analyserede materiale og to gange EU's flag.

Det ofte forekommende (10 gange i alt) hjertesymbol ❤️ bruges ikke kun som et kærlighedssymbol, men det betyder også *at jeg kan lide* eller *at jeg siger mange tak* som i eksemplet (25):

(25) Nogen gange kommer søde venner forbi, og den hektiske hverdag bliver lidt hyggeligere :-). Tak for bog, Leif 📖 ❤️ [214] 'Sometimes nice friends come by and the hectic everyday life becomes a bit nicer :-). Thanks for the book, Leif.'

Desuden er emojis 🙄 og 🙊, det såkaldte *facepalm*, belagt som en reaktion på noget idiotisk. I de undersøgte polske og danske tweets er de for det meste en del af forskellige kritiske kommentarer og deres rolle er at styrke kritikken.

Resten af emojis er unikke, som f.eks. 🎧 eller 📺, der forekommer i forbindelse med musik eller tv-udsendelser.

For danske tweets vil jeg dog gerne henlede opmærksomheden på et vigtigt fænomen, der ikke forekommer i polske tweets, nemlig gentagelse (iteration) og koncentration af emojis i en tweet. Typisk har vi med gentagelse

af bogstaver eller interpunktionstegn at gøre, men her bliver nogle bestemte emojis gentaget el. koncentreret i en tweet. Et godt eksempel er Figur 3. hvor forfatteren kommenterede en tweets indhold med kun tre emojis:



Figur 3. En tweet med kun-tre-emojis-kommentar

På det næste billede har vi med iteration af emojis at gøre (Figur 4):



Figur 4. En tweet med iteration af emojis



Gentagelsen af emojis tjener til at tilføje eller styrke emotionalitet af udtalelsen, hhv. at fremhæve dens emfase. På den anden side kan følelser undertiden udtrykkes nemmere ved hjælp af emojis, så Twitter-brugeren på figuren 3. brugte tre emojis i stedet for at skrive en tekst, der ville være begrænset til 280 tegn. Også i eksempel (26) brugte en Twitter-user en emoji i stedet for at skrive en tekst:

(26) @kvallescgo @embocsgo Nu holder i 🤔 [133] 'Now hold in 🤔'

Jeg skelner emojis fra de *klassiske* humørikoner, som er et grafisk stileret tegn, et enkelt piktogram, der er sammensat af nogle få tegn og mere eller mindre let kan fortolkes som ansigtsudtryk. Det mest kendte eksempel er smiley, som består af et kolon, en bindestreg og en rund parentes.

I det undersøgte materiale mangler der ikke *klassiske* humørikoner, men deres antal er lavt i forhold til emojis. Overraskende er, at antallet af disse humørikoner på begge sider er det samme: 19, og det mest brugte humørikon er :-) (17 gange i de polske og 16 gange i de danske tweets).

#### 2.4.2. Iteration (gentagelse)

Når det drejer sig om gentagelse (iteration) af bogstaver, forekommer den kun i én dansk tweet (27):

(27) Jeg glemte totalt at nævne Mathias Kvistgaaren. Så her kommer en lille hyldest: MATHIAS KVISTGAARDEN HAR FORLÆNGET, JA-AAAAA, FLERE MÅL, MERE FLIK-FLAK!!! 🦉 [178] 'I totally forgot to mention Mathias Kvistgaaren. So here's a little howl test: MATHIAS KVISTGAARDEN HAS EXTENDED, YEAAAAA, MORE GOALS, MORE FLIK-FLAK!!!'

Blandt de 320 polske tweets findes der ikke nogen gentagelse af bogstaver.

I det samme eksempel har vi også med iteration af interpunktionstegn at gøre (udråbstegn er gentaget tre gange). Ved denne type af iteration drejer det sig kun om at udtrykke emfase, misforståelse el. tvivl, at gøre opmærksom på en ytring, eller at tilføje emotionalitet, som i eksempel (28), hvor der samtidig findes gentagelse (iteration) af interpunktionstegn og emojis. Sådanne belæg har jeg kun fundet i de danske tweets:

(28) MÆSKER MIG så det basker! Har savnet Malaysisk mad!!!! #GladForMad 😊🙏😊🙏😊🙏🙏 <https://t.co/zYB98wmMuF> [304] 'LOVE ME so much! Have missed Malaysian food!!!!'

Kvantitativt spiller gentagelse (iteration) af interpunktionstegn også en marginal rolle. Jeg har kun fundet 4 tweets (to polske og to danske) med iteration af udråbstegn, og 2 tweets (kun danske) med iteration af spørgsmålstegn. Derudover findes der 3 kombinationer af ? og ! (to gange !? og en gang ?!).

Den oftest gentagne interpunktionstegn er dog punktummet. Der er 30 polske og 21 danske tweets, hvor det (punktummet) blev itereret (gentegnet). Det bruges først og fremmest som et udeladelses- eller pausetegn.

## 2.5. Interaktion

Man kan sige, at Twitter er interaktionsstærk [Siever, Schlobinski, 2013, p.66]. I det analyserede materiale udgør de reaktive tweets<sup>12</sup> (411) 64 % af alle tweets, hvoraf 228 tweets er de danske (71 % af alle dansksprogede tweets) og 183 de polske (57 % af alle polsksprogede tweets). Der er gennemsnitligt 1,28 brugernavne pr. tweet, hvor de danske tweets er mere reaktive end de polske: der er 1,46 brugernavne pr. en dansk tweet og 1,1 brugernavne pr. en polsk tweet. En adressering står som sædvanligt i begyndelsen af en tweet:

(29) @Spraengstoffer Der kommer lige så mange, som antallet af seere TV 2 mister på det her. [8] ‘There will be as many as the number of viewers TV 2 loses on this.’

(30) @LeskiPiotr @pismo Dzieki za info [484] ‘Thanks for the information.’

Et @brugernavn i en tweet er selvfølgelig ikke automatisk en adressering, men det kan også være en @mention som i eksempel (31):

(31) DF gør listen op: 144 stramninger i udlændingepolitikken siden 2015 <https://t.co/YIiklaqeEz> via @Ditoverblik.dk [54] ‘DF makes list: 144 tightenings in immigration policy since 2015’

Hvis der forekommer flere @brugere i en tweet, kunne det være enten en @mention eller en taksigelse, som i (32) og (33) [Siever, Schlobinski, 2013, p.67]:

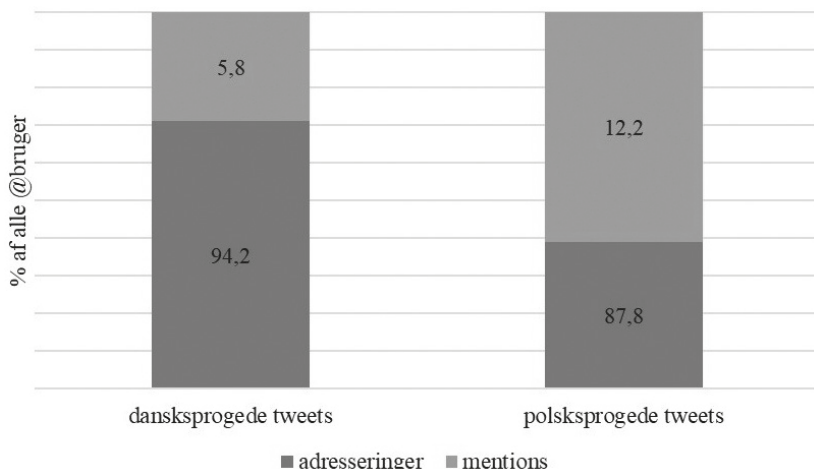
(32) @TomJensen1966 @JoachimBOlsen Tak! Godt arbejde. Det er mig ubegribeligt, at ikke flere har samlet historien op. [68] ‘Thank you! Good work. I can’t believe more people haven’t picked up the story.’

---

<sup>12</sup> Hvad en *reaktiv tweet* er, se overfor.

- (33) @henaslas @Anna\_Hev @aldehyd10 @AguniaAga @ABerezanska @kasia\_dw @Dana5Dana5 @BlonnDella @Diablica\_Zwinna @katka\_d69 @Cicho\_Szaa @BettyElaWhite @69\_Woman\_ Dziękuję Heniu! Tez jestem na etapie poszukiwań... Pozdrawiam wszystkich! 🙌 [596] ‘Thank you Heniu! I am also on the search stage.... Greetings to all!’

Når man sammenligner rollen, som @mentions spiller med den, der adresseringer spiller, ser man, at adresseringer er meget vigtigere end @mentions:



Figur 5. Rolle, der spiller @mentions vs. den, der spiller adresseringer i danske og polske tweets

Som man kan se på figur 5, forekommer @mentions oftere i de polske end i de danske tweets: 12,2 % vs. 5,8 %. Adresseringer udgør 94,2 % af alle @bruger i de danske tweets og 87,8 % i de polske tweets. @mention og adressering kan sommetider være ens som i (34):

- (34) @i\_mantaj Pani Iwono, lubię pani wysublimowane komentarze :) Pozdrawiam! [600] ‘Iwona, I like your sublime comments :) Greetings!’

Men sådanne tilfælde forekommer ikke så tit. Siever og Schlobinski, der har analyseret 640 tyske tweets, har kun fundet ét sådant eksempel [Siever, Schlobinski, 2013, p.67]. De gør også opmærksom på, at ”Obwohl es sich bei Microblogs um eine asynchrone Kommunikationsform handelt, sind bei den reaktiven Tweets im Regelfall reine Ant-

worten oder Gegenfragen belegt — eine Wiederholung von Inhalten der Frage ist unüblich.” [Siever, Schlobinski, 2013, p. 67]

## 2.6. Funktionelle aspekter

Det kan ikke fastslås entydigt, hvor mange funktionelle kategorier tweets kan inddeles i. Samtidig er det ikke altid uproblematisk at indordne en tweet under en bestemt funktionel kategori [Siever, Schlobinski, 2013, p. 68]. Derfor baserer jeg i min analyse på klassifikation af Siever, Schlobinski [Siever, Schlobinski, 2013, p. 68]. De har defineret 8 funktionelle tweets-kategorier: *meddelelser*, *kommentarer*, *statements*, *hilsner*, *spørgsmål*, *svar*, *marketing* og *andre*. Nedenunder kommenteres nogle af dem:

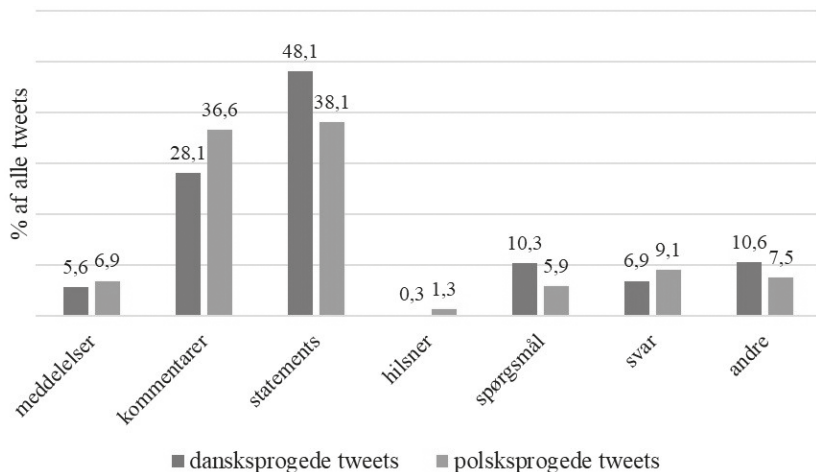
- *Meddelelser* er nyheder publiceret af forskellige medieinstitutioner, journalister mm.
- *Kommentarer*, altså personlige bemærkninger „(...) der udtrykker en holdning til eller en nærmere forklaring på en aktuel begivenhed eller udtalelse.” [Den Danske Ordbog]
- *Statements*, altså „kort offentlig udtalelse eller erklæring, ofte fyndig eller markant”. [Den Danske Ordbog]
- Kategorien *hilsner* tilhører både velkomst- og afskedshilsner.
- *Spørgsmål* — spørgsmål i en almindelig betydning.
- Kategorien *andre* tilhører tweets, der ikke lader sig sætte i gruppe med nogen af de ovennævnte kategorier.

Med hensyn til de funktionelle aspekter viste analysen, at kategorierne i analyserasteren ikke altid er uproblematisk [Siever, Schlobinski, 2013, p. 68]. Tweets kan have to eller flere funktioner, altså en tweet kan tilhøre forskellige kategorier. Det resulterer i problemer med klar kategorisering, fx forskellen mellem en *meddelelse* og et *statement* er ikke altid klar som i (35):

(35) @doctortroels Det mener jeg ikke faktisk ikke, at der er. Men enig i, at Brøndby var det bedste hold i øvrigt S/K [14] ‘I don’t actually think there is. But agree that Brøndby was the best team by the way S/K.’

I alt hører 58 tweets samtidigt til 2 forskellige kategorier, heraf 34 danske og 24 polske tweets. I de fleste tilfælde tilhører de kategorierne *kommentarer* og *statements*.

Inddelingen af danske og polske tweets i forskellige kategorier kan ses på figur 6.



Figur 6. Funktionelle aspekter af danske og polske tweets

Mængden af meddelelser som fx (36) eller (37) er næsten identisk på begge sider (5,6 % af alle danske og 6,9 % af alle polske tweets):

(36) Folketingsmedlem melder Radio24syv til politiet efter aprilsnar <https://t.co/mlJpO1iZ4j> [52] ‘Member of Parliament reports Radio24syv to the police after April prank.’

(37) @michal\_ciania @tvp\_info Wszyscy europosłowie z Polski, z wszystkich w PE partii są przeciw #PakietMobilności i popierają skargę [525] ‘All MEPs from Poland, from all parties in the EP are against the #PakietMobilności and support the complaint.’

Når det drejer sig om kommentarer, er der flere af dem blandt polakkerne (36,6 % vs. 28,1 %), fordi de efter min mening oftere kommenterer de nyheder, billeder el. film, som de linker, fx (38):

(38) @LenaBobinska @LBalcerowicz Premier Gowin to chyba lepiej, żeby milczał... [539] ‘Prime Minister Gowin is probably better off keeping quiet...’

På den anden side er der flere danske tweets, jeg har klassificeret som statements (48,1 %), end de polske (38,1 %). Se (39):

(39) Det er skiftende regeringer — ikke akademikerne — som har øget uligheden i Danmark og det er nok værd at huske op til et valg. #dkpol <https://t.co/q0zcHA68Wv> [154] ‘It is changing governments — not academics — that have increased inequality in Denmark and that is probably worth remembering in the run-up to an election.’

Hilsner har en marginal betydning på begge sider, men der er flere af dem blandt de polske brugere (1,3 % af alle tweets). Derudover er der også flere svar i de polske tweets (9,1 % af alle tweets). *Svar* betyder her, at en bruger svarer på et spørgsmål stillet i en anden tweet. Interessant er, at der blandt de danske brugere er betydeligt flere spørgsmål-tweets (10,3 % af alle tweets) og dem, der tilhører kategorien *andre* (10,6 % af alle tweets) som fx (40), end blandt de polske brugere.

(40) Kom så med 3 point iaften 🤔🤔 <https://t.co/YPHPbqFOta> [131]  
'Come with 3 points tonight.'

### 3. OPSUMMERING

Artiklen fokuserer på kontraster, der forekommer mellem polske og danske tweets inden for sådanne aspekter som ordforråd, reduktion, syntaks, grafostilistik, interaktion og de funktionelle aspekter. Undersøgelsen af 320 danske og 320 polske tweets har vist, at, i modsætning til andre områder, divergenserne i ordforråd og syntaks næsten er umærkelige.

Danskere bruger både flere onomatopoietika og fremmedord end polakker. De mest brugte fremmedord på begge sidder er anglicismer, men man kan konstatere, at de ikke forekommer så hyppigt som forventet og udgør mindre end 1 % af alle ordene. De bruges som daglig tale uden for tweets, der fuldstændigt er på engelsk.

Væsentlige forskelle er der i domænet *reduktion*. Mens der i det danske korpus forekommer 51 kortformer/komposita/forkortelser, indeholder det polske korpus kun 15 af sådanne ord. I de tysksprogede tweets, som blev analyseret af Siever, Schlobinski [Siever, Schlobinski, 2013], findes der betydeligt flere eksempler på reduktion end i de her analyse-rede korpuser. Men det er vigtigt, at Schlobinski og Siever undersøgte fænomenet i 2013, da en tweets længde var maksimalt 140 tegn. Nu kan en tweet være to gange længere, og måske derfor bruges de forskellige akronymer nu ikke så tit som før. Derudover er de forskellige akronymer sommetider kun forståelige for bestemte grupper af brugere. Ikke alle ved, at PMM står for *Premier Mateusz Morawiecki* 'Prime Minister Mateusz Morawiecki' og OB for *Odense Boldklub* 'Odense Football Club'.

Interessante kontraster forekommer der også inden for grafostilistik. De kan ses især, når det drejer sig om antallet og typerne af emojis. Nogle af dem, som flag, bruges kun i polske tweets. Interessant er, at der ikke findes dansk flag i danske brugeres tweets.

I modsætning til de polske tweets bliver emoticons gentaget eller koncentreret kun i de danske tweets. Sådant en løsning anvendes ikke af de polske Twitter-brugere. På to områder adskiller begge sprogene sig kun lidt: antallet af *klassiske* humørikoner samt iterationen af bogstaverne og tegnsætningen.

Typisk for både dansk- og polsksprogede tweets er @mentions, @adresseringer og hashtags. Mens @mentions er logisk integrerede i tweet-indhold, er twitter-brugere ved hashtagintegrationen meget kreative. Et godt eksempel er de polske hashtags, der har bøjningsendelser. Hashtags sammen med kort-url er det øjensynligste middel til reduktion af tegnmenge. Derfor udnytter både danske og polske twitter-brugere ikke det maksimale tegnantal. I de dansksprogede tweets er der gennemsnitligt 111,8 tegn pr. tweet. En gennemsnitlig polsk tweet er lidt længere og har 122,7 tegn.

Med 48,1 % udgør *statements* næsten halvdelen af alle dansksprogede tweets. På den anden side er der flere *kommentarer* i det polske korpus (36,6 %) end i det danske (28,1 %). Væsentlige forskelle er der, når det drejer sig om sådanne karakteristika som *spørgsmål* (10,3 % af alle dansksprogede tweets vs. 5,9 % af alle polsksprogede tweets) og *svare* (6,9 % vs. 9,1 %).

I Tabellen 2. findes der en opsummering af 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   |
| statistik | data                        | 320 tweets af<br>16 mandlige og<br>16 kvindelige bruger | 320 tweets af<br>16 mandlige og<br>16 kvindelige bruger |
|           | antal tegn (uden mellemrum) | 35788 <sup>13</sup>                                     | 39271 <sup>14</sup>                                     |
|           | antal ord                   | 6726 <sup>15</sup>                                      | 6118 <sup>16</sup>                                      |

<sup>13</sup> 111,8 tegn pr. tweet

<sup>14</sup> 122,7 tegn pr. tweet

<sup>15</sup> 21 ord pr. tweet

<sup>16</sup> 19,1 ord pr. tweet

| OMRÅDE         | KARAKTERISTIKON   | RESULTAT                   |                            |
|----------------|---|----------------------------|----------------------------|
|                |   | DANSK                      | POLSK                      |
| Ordforråd      | daglig tale   | 0,16 % (af alle ord)       | 0,21 % (af alle ord)       |
|                | anglicismer og engelske ord   | 0,92 % (af alle ord)       | 0,28 % (af alle ord)       |
|                | andre fremmedord  | 0,8 % (af alle ord)        | 0 %                        |
|                | skældsord   | 0 %                        | 0,05 % (af alle ord)       |
| Reduktion      | forkortede URLs   | 36 URLs                    | 26 URLs                    |
|                | sproglige reduktionsmuligheder: akronymer, sammenrykninger, forkortelse | 51 (16 % af alle tweets)   | 15 (5 % af alle tweets)    |
|                | integrerede hashtags  | 7 % (af alle hashtags)     | 50 % (af alle hashtags)    |
| Syntaks        | hovedsætninger  | 45,6 % (af alle sætninger) | 43 % (af alle sætninger)   |
|                | parataktiske helsætninger   | 9,5 % (af alle sætninger)  | 11,9 % (af alle sætninger) |
|                | hypotaktiske helsætninger   | 25,1 % (af alle sætninger) | 19 % (af alle sætninger)   |
|                | de elliptiske strukturer  | 14 % (af alle sætninger)   | 12 % (af alle sætninger)   |
| Grafostilistik | smileys   | 1,26 % (af alle ord)       | 1,27 % (af alle ord)       |
|                | iteration af bogstaver  | 0,01 % (af alle ord)       | 0 %                        |
|                | iteration af interpunktionstegn: udråbstegn                             | 0,63 % (af alle tweets)    | 0,63 % (af alle tweets)    |
|                | spørgsmålstegn  | 0,63 % (af alle tweets)    | 0 %                        |
|                | punktum   | 6,6 % (af alle tweets)     | 9,4 % (af alle tweets)     |



| OMRÅDE                | KARAKTERISTIKON           | RESULTAT               |                        |
|-----------------------|---------------------------|------------------------|------------------------|
|                       |                           | DANSK                  | POLSK                  |
| Interaktion           | reaktive tweets           | 71 % (af alle tweets)  | 57 % (af alle tweets)  |
|                       | adresseringer             | 439 (af alle @brugere) | 309 (af alle @brugere) |
|                       | @mentions                 | 27 (af alle @brugere)  | 43 (af alle @brugere)  |
| Funktionelle aspekter | meddelelser               | 5,6 % (af alle tweets) | 6,9 % (af alle tweets) |
|                       | kommentarer <sup>17</sup> | 28,1 %                 | 36,6 %                 |
|                       | statements <sup>1</sup>   | 48,1 %                 | 38,1 %                 |
|                       | hilsner                   | 0,3 %                  | 1,3 %                  |
|                       | spørgsmål                 | 10,3 %                 | 5,9 %                  |
|                       | sva                       | 6,9 %                  | 9,1 %                  |
|                       | andre                     | 10,6 %                 | 7,5 %                  |

Twitter hører til de vigtigste sociale netværker i verden og er uden tvivl det vigtigste mikroblogging-værktøj. Nu til dags sender mange politikere eller journalister deres tweets ud fra center af vigtige begivenheder, og præger på den måde den socialpolitiske diskussion.

Ud over sin prædestination til *user generated content*, er Twitter også blevet til et vigtigt forskningsobjekt ikke kun for lingvistik, medie- eller kommunikationsvidenskab<sup>18</sup>. Det er bl.a. Twitters brugertypologi, funktioner (informere, orientere, fornøje osv.) og sproglige egenskaber, der kan undersøges [Smułczyński, 2021, p. 122].

## REFERENCES

- Bastos M. T., Raimundo R. L. G., Travitzki R. Gatekeeping Twitter: message diffusion in political hashtags. *Media, Culture & Society*, 35(2), 2013. S. 260–270. <https://doi.org/10.1177/0163443712467594>
- Boyd D., Golder S., Lotan G. Tweet, Tweet, Retweet: Conversational Aspects of Retweeting on Twitter. *43<sup>rd</sup> Hawaii International Conference on Systems Sci-*

<sup>17</sup> I alt hører 58 tweets samtidig til 2 forskellige kategorier, heraf 34 danske og 24 polske tweets.

<sup>18</sup> Se også kapitel 1.

- ence (HICSS-43 2010), *Proceedings*. Koloa: Kauai, 2010. P.1–10. Available at: <https://ieeexplore.ieee.org/document/5428313/?arnumber=5428313> (accessed: 10.11.2017).
- Christiansen H. Ch., Rose G. (red.) *Sociale medier*. København: HansReitzels, 2017. 304 s.
- 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.
- Den Danske Ordbog*. Available at: <https://ordnet.dk/ddo> (accessed: 20.09.2021).
- 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).
- Hovy D., Quist P. Computersociolingvistik — Metoder til visualisering af regional variation i sociale medier. *Sociale medier og sprog. Analytiske tilgange*. Frederiksberg: Samfundslitteratur, 2018. S. 121–144.
- 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.
- 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).
- Lassen D., Brown A. Twitter: The Electoral Connection? *Social Science Computer Review*, 29(4), 2010. S. 419–436.
- 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).
- Murthy D. *Twitter. Social Communication in the Twitter Age*. Cambridge/Medford: Polity Press, 2018. 193 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.

- 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. Mikroblogging i Danmark og Polen — en kontrastiv analyse. 1. Del. *Scandinavian Philology*, 19(1), 2021. S. 101–125. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2021.107>
- Tesak, J., Dittmann, J. Telegraphic style in normals and aphasics. *Linguistics*, 29(6), 1991. P. 1111–1138. <https://doi.org/10.1515/ling.1991.29.6.1111>
- The Top 14 URL Shorteners to Shorten Long Page URLs. Available at: <https://dynamapper.com/blog/21-sitemaps-and-seo/495-top-14-url-shorteners> (accessed: 29.08.2019)
- 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).
- Zifonun G., Hoffmann L., Strecker B. *Grammatik der deutschen Sprache*. 3 Bände. Berlin; New York: Mouton de Gruyter, 1997. 2569 s.

## 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 II**

**For citation:** Smułczyński M. Microblogging in Denmark and Poland — a contrastive analysis. Part II. *Scandinavian Philology*, 2021, vol. 19, issue 2, pp. 285–312. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu21.2021.205> (In Danish)

This article is the second part of a comparative study of Danish and Polish tweets, inspired by the anthology “Microblogs global”. The first part of the study deals with the social network and microblogging tool Twitter, including the more technical side of

microblogging. The many tweet types and the extensive terminology in the field were thoroughly and conscientiously explained. In addition, the contrasts concerning orthography and spoken language were analysed. For the following description, 320 Danish and 320 Polish tweets were collected from randomly selected profiles belonging to various politicians, journalists, and private individuals posting mainly in Danish/Polish. The analysis covers the period from 30 March to 6 April 2019, and includes differences in tweets in terms of word preference, e.g. colloquialisms, anglicisms, or profanity, to technical and linguistic reductions and the structure of sentences. The degree of graphostilistics in relation to emojis, emoticons, smileys, and iteration is analyzed. Interaction operators are investigated, as well as functional aspects of tweets, i.e. whether tweets can be categorized as messages, comments, statements, or questions. The greatest contrasts occur in such domains as reduction, graphostylistics, and interaction. While the Polish corpus contains only 15 short forms/composites/abbreviations, the Danish corpus contains 3 times more such words (51 examples). Differences in graphostilistics concern above all the number and types of emojis. In addition, emoticons are repeated or concentrated only in the Danish tweets. The divergences in vocabulary and syntax are almost imperceptible.

**Keywords:** microblog, Twitter, vocabulary, reduction, syntax, graphostylistics, interaction, functional aspects, 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: October 30, 2021