



SPROGET I SOCIALE MEDIER

indeholder disse kapitler:

- Sprog er interaktion
- Det sociale medielandskab
- Medialekter
- Multimodale interaktioner
- Hashtags, clickbaits og likes
- Cases: chatbots, online flirt og dating & sygdom og død
- Metode: virtuel etnografi.

SPROG I SOCIALE MEDIER

TINA THODE HOUGAARD

TRINE DURUP

LASSE BALLEBY

Dansklærerforeningens Forlag

Du er i kontakt med mange mennesker hver dag. Ud over at have fysiske samtaler i skolen, på arbejdet eller hjemme sender du sikkert også snaps, skriver tekstbeskeder i Messenger og liker billeder og opslag på Facebook, Instagram og andre steder. Men hvordan bruger vi egentlig sproget, når vi er på sociale medier? Hvilke muligheder giver de sociale medier os for at være i kontakt med hinanden, og hvad kendetegner den kontakt? Sproget i sociale medier er præget af interaktion, dvs. vekselvirkning. At forstå interaktionen og det, at vi hele tiden er i en form for dialog med hinanden, og hvilken betydning det har for sprogbrugen, er helt centralt for at kunne arbejde analytisk med bogens emner.

I denne bog kommer du til at arbejde med, hvordan sproget bliver brugt i sociale medier. Selv om vi taler samme sprog, er der mange forskellige måder at udtrykke sig på – også når det drejer sig om det sprog, vi bruger online. Bogens hensigt er ikke, at du skal lære at blive god til at kommunikere på sociale medier, men i stedet at du skal øve dig i at analysere det sprog, der allerede findes online – på samme måde som du gør i de andre dele af danskfaget, fx når du analyserer skønlitteratur eller sagprosa.

Når vi bruger sproget til kommunikation, bruger vi sproget til at udføre *handlinger* med. Der er mange måder at handle på. Vi kan bede nogen om hjælp, vi kan give kærlighedserklæringer, eller vi kan love hinanden noget. Alt sammen noget, vi bruger sproget til. Men hvordan gør vi alt dette på de sociale medier? Hvad er det at like for en handling, kan man flirte på skrift, og hvordan ser det så ud? Det er de forskellige former for handlinger, vi skal beskæftige os med i denne bog.

Dette kapitel er bygget op, så vi først forklarer, hvorfor vi kommunikerer, og hvad forskellen er på kommunikation og interaktion. Desuden introducerer vi en tilpasset udgave af Roman Jakobsons seks sprogfunktioner. Dernæst forklarer vi, hvordan interaktion fungerer i praksis – både i fysiske samtaler og i skrevet onlineinteraktion, dvs. hvordan man skiftes til at tage taleture (turtagning). Til sidst kommer en kort oversigt over forskellige digitale handlemuligheder, man kan benytte i onlineinteraktion.

RELATIONSKOMMUNIKATION

Vi bruger sproget til at kommunikere med, altså til udveksling af informationer. Men hvorfor kommunikerer vi egentlig? Overordnet set er der to meget forskellige formål med at kommunikere – to kommunikationsfunktioner – nemlig at dele indhold, *indholdskommunikation*, og at relatere sig til hinanden, *relationskommunikation* (den sociale side af kommunikationen).

Relationskommunikation bliver ofte set som noget mindre fint, som det at sladre, sludre og snakke løs uden reelt indhold, men faktisk handler det at snakke med hinanden meget om at forhandle den indbyrdes relation, dvs. hvordan man har det med hinanden. Et eksempel er, at man altid hilser på hinanden, når man mødes. Hilsnerne kan være korte, "Hej", lange, "Godmorgen, min elskede", eller nonverbale som fx et nik med hovedet, men i stort set alle situationer vil det at starte en samtale *uden* en form for hilsen virke påfaldende og måske ligefrem uhøfligt. Undtagelser er, hvis man fx spørger en fremmed om vej eller andre former for råd, hvor man ofte vil begynde samtalen med at sige "Undskyld" eller lignende. Hilsner er både samtalestartere og en måde at anerkende hinanden på. Hilsner er relationskommunikation.

Meget af det, der foregår på de sociale medier, er relationskommunikation. Når vi fx liker et opslag, kan det fungere som en anerkendelse af hinanden, og hvis vi bruger en anden af Facebooks reactions end det klassiske like, 🍷, som fx wow, 🤩, eller haha, 🤣, viser vi, at den anden person (og det, denne skriver) betyder så meget for os, at vi gider bruge tid på at udvælge en særlig reaction. Når vi poster et billede på Instagram eller sender

et snap til vennerne, handler det om at vise, hvem (og hvor og hvordan) vi er, men vi bruger også (billed)sproget og medierne som relationskommunikation, fordi vi regner med (og har brug for) at få en form for anerkendelse tilbage. Denne form for social kommunikation er nødvendig for vores selvforståelse og vores evne til at indgå i relationer med hinanden.

ØVELSER

1. Hvad er forskellen på relationskommunikation og indholdskommunikation?
 2. Hvordan kan man foretage handlinger via sproget?
 3. Skriv to eksempler på henholdsvis indholdskommunikation og relationskommunikation.
 4. Diskuter følgende:
 - a. Hvad afgør, om du hilser ved hjælp af et "Goddag", "Hej", "Hi" eller "👋"?
 - b. Hvor godt skal man egentlig kende hinanden for at starte samtalen med "Hvad så?". Hvorfor bruger man det eller lignende udtryk?
 - c. Kan samtaler starte uden hilsner? Hvilke/hvorfor?
-

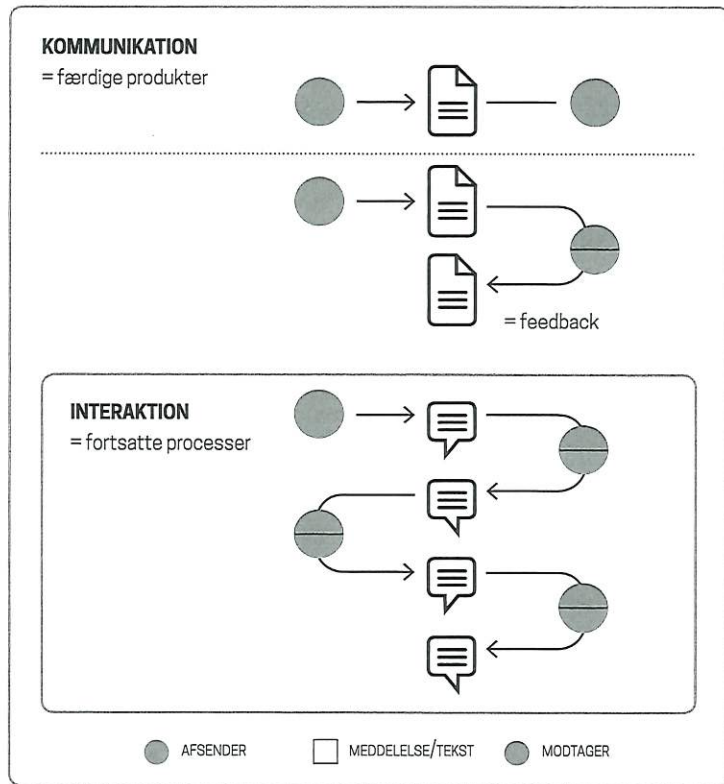
HVAD ER KOMMUNIKATION? HVAD ER INTERAKTION?

Interaktionsbegrebet stammer fra sociologien (sociologi er læren om, hvordan mennesker omgås hinanden i større og mindre grupper og samfund). Interaktionsbegrebet beskriver menneskers handlinger i et fælles fokus i en interaktionssituation. Interaktion er det, at to eller flere parter påvirker hinanden indbyrdes gennem gensidige handlinger og ytringer (*inter* betyder mellem, og *aktion* betyder handling). Vi *sam-handler*, fordi fokus netop er på det, vi *gør* ved og med hinanden. Lidt forenklet kan man sige, at kommunikation er monologisk (enetale), og interaktion er dialogisk (samtale). Når vi i bogen bruger ordet interaktion i stedet for samtale, er det for at understrege, at interaktion også kan foregå på skrift – i de sociale medier er skriftlige meddelelser stadig den mest udbredte måde at interagere på. Det vender vi tilbage til i kapitel 4 om visuel interaktion.

Man arbejder i dansk med et udvidet tekstbegreb, der kan indeholde både skrift, tale, billeder, lyd, musik, kropssprog osv. Det betegner vi i denne bog *multimodalitet*. Sammen med multimodalitet er begrebet *interaktion* nøglen til at forstå den måde, vi skriver med hinanden på i de sociale medier. Der findes selvfølgelig stadig situationer, hvor vi skriver længere tekster, fx et blogindlæg eller måske en tekst til en-wiki, men langt de fleste tekster, som vi producerer i sociale medier, er korte. Vi svarer fx på et spørgsmål på Messenger eller Snapchat, eller vi skriver en kort kommentar til et billede på Instagram eller en video på YouTube. Ofte nøjes vi endda med at give noget, der minder om et nik i en samtale, når vi liker eller lignende. De tekster, der er flest af på de sociale medier, kan altså sammenlignes med taleture (læs mere om taleture i slutningen af dette kapitel, s. 27-38). Teksterne på sociale medier er produceret under vilkår, der minder meget om samtalen, og de har samme funktion som ytringer i en samtale, som i høj grad også er en samværsform, hvor vi giver udtryk for vores følelser, selvopfattelse og indbyrdes relationer. Samtaler og interaktion kræver mindst to personer, der forholder sig til den samme situation.

Tekster indgår i en kommunikation og bærer en mening. Ordet kommunikation kommer af *communicare* (latin), der betyder at gøre fælles. Det betyder reelt set, at en tekst enten skal læses af en modtager eller være skrevet med henblik på, at nogen skal læse den, for at man kan tale om, at noget er fælles, dvs. kommunikation. Den østrigskfødte psykolog Paul Watzlawick trækker denne tankegang til det yderste, når han hævder, at selv ubesvarede henvendelser er kommunikation. Watzlawick hævder, at når mennesker er i en eller anden form for relation, er det ikke muligt for dem at ikke-kommunikere. Selv tavshed er kommunikation. Man kan så diskutere, hvad der skal til, for at mennesker opfatter, at den anden udøver det, man kunne kalde en kommunikerende eller talende tavshed. Hvordan skal det fx forstås, når man kan se, at modtageren har set ens besked, men ikke svaret på den?

Når man kommunikerer, sender man en eller anden form for tekst ud i verden – man er tekstens afsender. Denne tekst, som altså både kan være kommunikeret skriftligt, mundtligt, visuelt, lydligt eller kropsligt, bliver i reglen modtaget af en eller flere modtagere. Der kan være flere (millioner) modtagere af samme tekst (fx en musikvideo formidlet via YouTube). Ofte



Figur 1: Kommunikation og interaktion

stopper det der, fordi mange tekster er produceret som færdige produkter, der er beregnet på at blive læst, set eller hørt uden at forpligte modtageren på at give feedback. Tænk bare på romaner, avisartikler eller film, som allerhøjest får en form for feedback i form af anmeldelser. Denne type kommunikation kaldes også monologisk, fordi det er en længere, sammenhængende tekst, hvor der ikke ønskes noget svar. I modellen i figur 1 ovenfor er det den øverste kommunikationssituation.

I en kommunikationssituation er afsender og modtager som oftest adskilt i tid og rum. Afsenderen kan fx være en journalist, der skriver en artikel (som måske både bliver bragt i avisens papirudgave og netudgave), og modtageren er den, der læser artiklen, når den er skrevet færdig. Selv om de begge er bevidste om hinandens eksistens og måske lader den viden påvirke det, de henholdsvis skriver og læser, indgår de ikke i en interaktion med hinanden, fordi de ikke skriver sammen, mens artiklen bliver til. Den færdige tekst (artiklen) er et produkt, som ikke længere kan påvirkes af fx andre personer.

I nogle tilfælde giver modtageren feedback på teksten. Denne feedback kan være meget forskellig, fx det at respondere på en snapchat eller give et svar på spørgsmålet: "Må jeg se dit kørekort?". Der kan også være stor forskel på, om feedbacken er direkte henvendt, fx adresseret, og om den lægger op til yderligere interaktion eller ej. Eksempelvis udvikler fankommentarer og det at få et like sig sjældent til en længere interaktion. Vi definerer altså kommunikation som færdige produkter, hvis modtager evt. giver feedback, som den oprindelige afsender *ikke* svarer på. Se figur 1's midterste felt. Selv om der kommer en eller anden form for reaktion på det Instagrambillede eller den Tumblrpost, som man har lagt op, bliver det ikke til interaktion, hvis det stopper der.

Hvis man som afsender til gengæld reagerer på det, som ens modtager har skrevet tilbage, er der tale om interaktion, dvs. sam-handling, fordi man nu er sammen om at skabe 'teksten' og påvirker hinanden gensidigt. Hvis man fx svarer på en reaktion på ens Instagrambillede, bliver kommentarsporet (også kaldet tråden) til en interaktion. I interaktioner har den samme person to skiftende roller som henholdsvis afsender og modtager (i figur 1 symboliseret ved, at cirklen har to farver). Det, som afsender og modtager er fælles om, her kaldet teksten, får i interaktionssituationen mere karakter af at være en fortsat proces end et færdigt produkt. Afsender og modtager bidrager begge til processen, og undervejs forhandler de tekstens indhold og udformning, fx om det er relevant at lave en fast aftale om et møde, og om hvor konkret tidspunktet skal være (som i eksemplet s. 20).

15. JUNI 13.21

hey, var det i mindeparken vi skulle mødes – og hvad klok?

15. JUNI 14.33

Øhm ... jeg er i Sønderborg lige nu ... så jeg kan nok være i Aarhus ved 18-tiden

Vi snakkede vel bare om at hænge ud et eller andet sted :-)

15. JUNI 16.00

det tror jeg godt vi kan nå kan du ikke bare skrive når du er i aarhus

Men hvor mødes vi så?

mindep er ok

15. JUNI 18.05

Er I Aarhus nu ☺ skal lige forbi Sanne og smide tasken, men kan nok være i mindep. om et kvarter ☺ eller måske er 18.30 mere realistisk ㄟ(˘▽˘)っ

15. JUNI 18.25

👍 👤

I modsætning til kommunikation er interaktion altså en proces, hvor der løbende produceres meddelelser, som sendes og modtages. Derfor er meddelelserne aldrig færdige tekster, men i stedet en løbende udvikling, hvor den ene meddelelse påvirker den næste meddelelse osv. Kort sagt kan man sige, at kommunikative tekster er produkter af afsluttede processer, mens interaktionelle meddelelser er indlæg i fortsatte processer. Den proces kaldes turtagning, og det skriver vi mere om senere i dette kapitel (s.27-38).

I figur 1 på s. 18 kan du se forskellen på kommunikation og interaktion. I kommunikation er rollen som henholdsvis afsender og modtager helt stabil. Man taler om en *privilegeret afsenderposition*, fordi man som afsender bestemmer over den tekst, som man selv producerer. Man bestemmer længden på teksten, temaet, skrivestilen osv., og man sender ikke sin tekst af sted til modtageren, før man synes, den er færdig. Som modtager har du (i den monologiske kommunikation) ingen indflydelse på teksten. Du kan blot vælge, om du vil læse den eller ej – og selvfølgelig hvornår. I interaktion er det anderledes. Der er man fælles om at bestemme. Hvis man fx skriver for langt (eller langsomt) på Messenger, kan man komme i utakt, fordi den anden måske er blevet utålmodig og derfor også er begyndt at skrive. Det kan også være, at man ikke er enig om emnet eller dele af emnet, og så må man bruge tid på at forhandle sig frem til, hvad man faktisk skal skrive om.

22. NOVEMBER 16.23

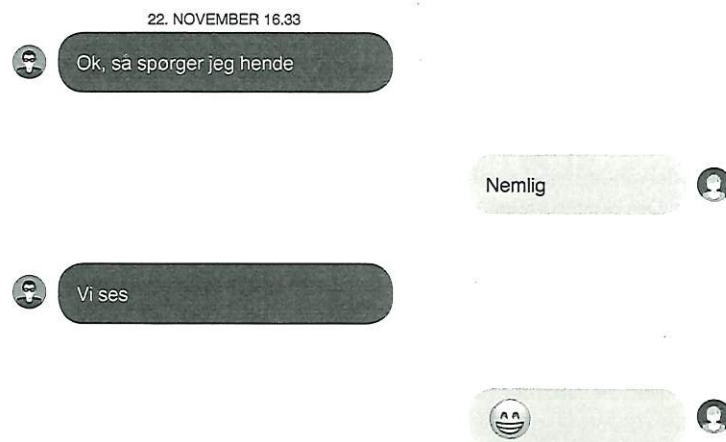
Hvornår var det, vi skulle mødes?

Det er jo Caroline, der har billetterne

Her svarer Bjørk ikke direkte på Anders' spørgsmål. Måske mener Bjørk, at Anders skal spørge Caroline i stedet for (det lille "jo" betyder, at Anders egentlig burde vide, at Caroline er den rigtige at stille spørgsmålet). Eller

også skriver Bjørk, som hun gør, for at forklare (ganske vist på en indirekte måde), hvorfor hun ikke svarer direkte på spørgsmålet. Hvis man forestiller sig, at Bjørk i stedet svarede følgende: "Det kan jeg ikke svare på, og derfor foreslår jeg, at du i stedet spørger Caroline", er det, fordi man bruger skriftsproglig logik og ikke tænker over, hvordan man normalt vil forkorte sine sætninger (se kapitel 3, s. 64-66, om økonomisering).

Samtaler og interaktioner er fulde af underforståelser og hentydninger, fordi vi ikke vil sige (eller skrive) mere end højst nødvendigt, og fordi situationen og konteksten ofte siger en hel masse. Men samtaler er også fulde af en masse ord og beskeder, som i første omgang kan synes overflødige. Eksemplet ovenfor kunne fx fortsætte sådan her:



Alle fire beskeder i interaktionen handler om at forhandle forståelse og enighed og om at vise, at man synes, at relationen stadig er i orden. Det er en af grundene til, at vi skriver så meget frem og tilbage, som vi gør. Og det er en af grundene til, at vi her i bogen lægger vægt på at fokusere på interaktion som en vekselvirkning mellem afsender og modtager, der hele tiden skiftes til at sende meddelelser afsted i en fortsat proces.

Digitale handlemuligheder

Når du interagerer på sociale medier, har du forskellige handlemuligheder. Disse digitale handlemuligheder afhænger af det enkelte medie og dets *affordans*. Du kan fx:

- bidrage: poste, blogge, tweete, kommentere, vlogge
- genbruge: dele, retweete, pinne, reposte
- reagere: like, følge, abonnere (subscribe).

Bruger I andre former for digitale handlemuligheder?

AFFORDANS

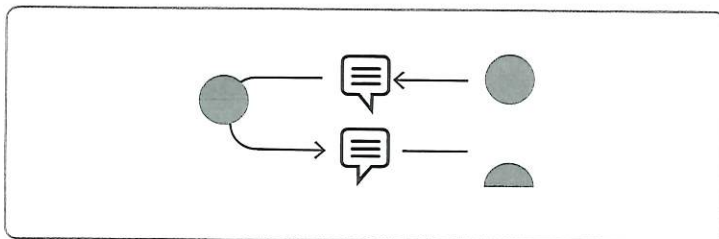
Affordans skal forstås som det, at vi orienterer os i retning af, hvad objekter giver os af handlemuligheder. Ved at se på digital affordans fokuserer man på, hvordan teknologien guider og motiverer brugerne til at handle på bestemte måder. Fx ligger der en klar affordans i, at man på Instagram kun kan deltage ved at uploade et billede, og i at man tilskyndes til at klikke på hinandens billeder (eller hjertet nedenunder billedet) og dermed hurtigt fortælle, at man "synes godt om". På den måde bliver der affordans for det visuelle og for at vise spontane reaktioner på andres handlinger i de sociale medier. (Læs mere om affordans bagerst i bogens "Centrale begreber").

ØVELSER

1. Forklar forskellen på kommunikation og interaktion med dine egne ord – brug modellen i figur 1.
2. Hvorfor kan man ikke ikke-kommunikere?
3. Hvilken rolle spiller feedback i forhold til kommunikation og interaktion?



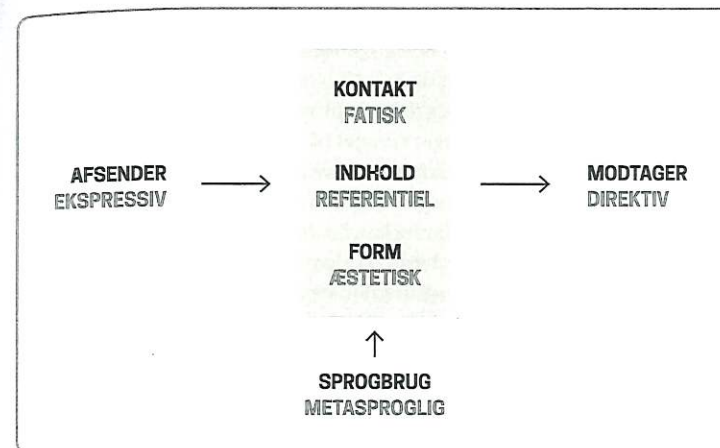
4. Forklar, hvad der sker i følgende model:



5. Tegn selv forskellige udgaver af modellen, der kan symbolisere andre typer interaktion, fx det at skrive i en facebookgruppe eller den måde, interaktionen foregår på, når man snapchatter eller interagerer på Instagram.
6. Hvordan passer interaktionen på s. 20 ind i modellen i figur 1?
7. Find et eksempel på en kommunikationssituation, hvor der er et tydeligt afsender- og modtagerforhold, dvs. en færdig tekst.
8. Find et eksempel på en interaktionssituation, hvor begge parter fungerer som både afsender og modtager, dvs. en ufærdig løbende interaktion.
9. Er der situationer, der ikke passer i modellen? Hvorfor/hvorfor ikke?

SPROGETS FUNKTIONER

Sprogforskeren Roman Jakobson udviklede i 1960'erne en model, der inddelte sproget i seks forskellige sprogfunktioner. I figur 2 ser du en lignende model over sprogets seks overordnede funktioner. Hver gang vi siger eller skriver noget, er én eller flere af de seks sprogfunktioner til stede. Ofte er der tale om en sammenblanding af de forskellige sprogfunktioner. En meddelelse kan derfor godt indeholde flere forskellige sprogfunktioner på én gang, men der vil altid være en, der er den dominerende. Sprogfunktionerne hænger sammen med de seks konstituerende faktorer, som du kan se i modellen, dvs. de faktorer, der altid er til stede i en kommunikationssituation: afsender, modtager, indhold, kontakt, sprogbrug og form.



Figur 2: Kommunikationsmodellen er inspireret af Roman Jakobsons seks sprogfunktioner

- **Ekspressiv** (eller emotiv) sprogfunktion fokuserer på afsenderen og dennes holdninger og følelser. Den afsenderrettede sprogfunktion ses i opslag, hvor afsenderen i en tekst træder stærkt frem, fx i et udbrud, en kærlighedserklæring, eller når man beskriver sin holdning til et bestemt emne i et opslag, fx "Årh, det kan jeg godt lide" eller "Jeg synes, at bogen er megakedelig".
- **Direktiv** (eller konativ) sprogfunktion taler vi om, når påvirkningen af modtageren er det dominerende, dvs. når det er hensigten at få modtageren til at gøre, mene eller føle noget. Det kan eksempelvis være en ordre, som fx "Send lige det link".
- **Referentiell** sprogfunktion peger på (eller refererer til) noget, der findes i virkeligheden. Den referentielle sprogfunktion dominerer, når vi indholdskommunikerer, dvs. når indholdet og informationerne er det vigtigste, fx "Festen starter klokken 20" eller "Anden Verdenskrig sluttede i 1945".
- **Fatisk** (eller social) sprogfunktion viser, at samværet og fællesskabet er det centrale. Her er der fokus på det sociale aspekt og det at være i kontakt med hinanden. Det kan være "Hej" eller "Er du der?". Den fatiske

sprogfunktion er også til stede, når vi smalltalker, hvor det at tale med hinanden og være i kontakt er vigtigere end indholdet af det, der bliver sagt.

- **Metasproglig** (eller metalingvistisk) sprogfunktion bruges til at beskrive den måde, som man bruger sproget på, dvs. sprogbrugen. I stedet for at have fokus på indholdet kommenterer man på den måde, indholdet bliver meddelt, fx når man siger "Hvad mener du med ordet romantisk?". I en online sammenhæng kan hashtags have en metasproglig funktion. (Det kan du læse mere om i kapitel 5, s. 126-127).
- **Æstetisk** (eller poetisk) sprogfunktion beskrives ofte som meddelelsen for meddelelsens egen skyld, dvs. når der er meget fokus på formen og meddelelsen som æstetisk oplevelse, fx stil, rim og rytme. Det æstetiske er dominerende i "ælle bælle, mig fortælle" og ofte også i brugen af emojis i onlineinteraktion.

Selv om onlineinteraktion ikke var en realitet, da modellen blev udviklet, kan de seks sprogfunktioner alligevel være med til at beskrive den interaktion, vi har med hinanden online. I sociale medier er der en tendens til, at det ekspressive (afsenderrettede) og fatiske (sociale) dominerer. I mange af vores interaktionssituationer online er der nemlig fokus på afsenderen og fællesskabet. Men også det æstetiske er en vigtig sprogfunktion, når det kommer til onlineinteraktion. Det ser man blandt andet i de mange muligheder for at designe meddelelser med mange forskellige modaliteter. (Du kan læse mere om *meddelelsesdesign* i kapitel 4, s. 108-111).

ØVELSER

1. Forklar modellen (figur 2): Hvordan hænger sprogfunktioner sammen med de konstituerende faktorer?
2. Hvilken sprogfunktion er den dominerende i følgende meddelelser:
 - a. Mekanik kan ikke nikke, dikkedarer ikke dikke, elastikker ikke stikke og ståhejer ikke stå.
 - b. Vi må heller se at komme i gang #eksamen #huehuehuesnart.
 - c. Yeeeeeeesssss! Jeg gjorde det!!!!
 - d. Tak for complimenten, men du er altså også mega dejlig.

- e. Skriv en kommentar #tagsfortags.
- f. Eksamsperioden begynder den 25. maj.

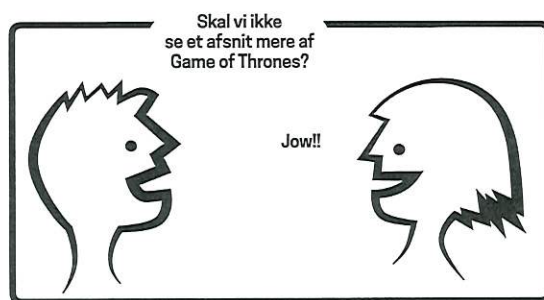
3. Find et eksempel på hver af de seks forskellige sprogfunktioner i onlineinteraktion.
4. Er der nogle af de seks sprogfunktioner, der optræder hyppigere i onlineinteraktion end andre? Hvorfor tror I?
5. Kreativ skrivøvelse: Omskriv følgende tekst (hvor den referentielle sprogfunktion dominerer) til en tekst, hvor den ekspressive dominerer:
Vejret er godt. Solen skinner fra en skyfri himmel, og termometret viser 24 grader i skyggen. Det er den 12. juni; om to uger har de fleste børn og unge sommerferie, men lige nu forbereder mange sig til mundtlig eksamen. De vil stadig blive bedømt efter 7-trinsskalaen (kaldes også 12-skalaen), som blev indført i 2007 i Danmark.
6. Omskriv derefter til tekster, hvor henholdsvis den fatiske, den direktive og den æstetiske sprogfunktion dominerer. Sammenlign, og diskuter jeres forskellige bud. Kan man gøre det samme med den metasproglige funktion? Hvorfor/hvorfor ikke?

TURTAGNING I HVERDAGENS SAMTALER

Du kender det sikkert: Din ven fortæller en sjov historie om noget, som han har oplevet dagen forinden. Mens historien bliver fortalt, får du en indtrængende lyst til at bidrage til fortællingen med en sjov tilføjelse eller måske en lignende episode, du selv har oplevet. Du venter på at få lov til at komme med din tilføjelse, men din ven fortæller og fortæller, og det er svært at bryde ind – i hvert fald uden at virke uhøflig. Efter en sætning gør din ven holdt, og *nu* har du mulighed for at få sagt det, du gerne vil – taleturen er din.

Når vi taler sammen ansigt til ansigt, taler vi ikke i munden på hinanden, fordi det vil gøre det svært for os at forstå hinanden og indholdet af vores samtaler. I stedet skiftes vi til at have ordet og holde samtalen i gang. Tonefald, pauser, spørgsmål, tøvlyde og kropssprog indikerer, hvornår den næste person kan sige noget. Enten svarer man på spørgsmål, kommenterer det, der er blevet sagt, eller begynder på et nyt emne. Og mens vi lytter til den anden, er vi faktisk ofte sideløbende i gang med at forberede det, vi selv vil sige, når det er tid til et turskifte.

I analyse af samtaler beskæftiger man sig derfor med noget, der kaldes *taleture*. En taletur er defineret ved at være det, en person siger, fra hun begynder, til hun holder op:

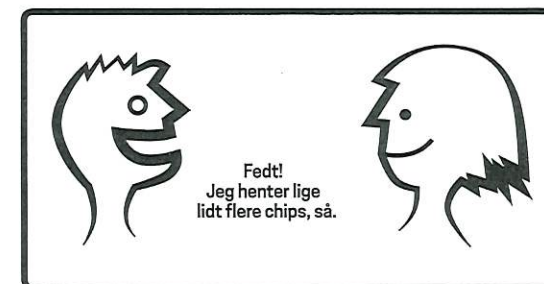


I eksemplet her er der to taleture, der tilsammen kaldes et turpar. Et turpar opdeles i *initiativ* (fx et spørgsmål) og *respons* (fx et svar). I første taletur spørger Anders, om Bjørk vil være med til at se endnu et afsnit af serien *Game of Thrones*. Bjørk forstår, at spørgsmålet er rettet mod hende, selv om Anders ikke adresserer spørgsmålet med Bjørks navn – temmelig sikkert fordi de er de eneste to i rummet, eller fordi Anders ser på Bjørk, i det øjeblik han stiller spørgsmålet. Bjørk svarer i samtals næste taletur (ganske kort, men ivrigt) "Jow!!".

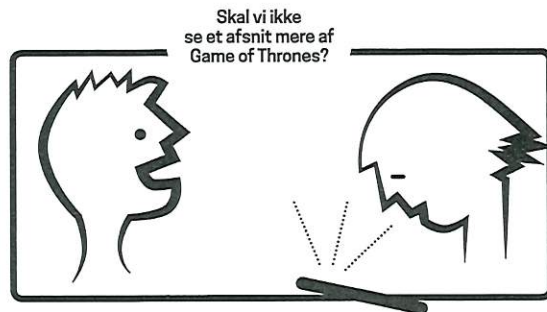
Når vi taler sammen ansigt til ansigt, foregår vores samtaler *synkront* (se "Centrale begreber"). Med andre ord kan man sige, at ansigt til ansigt-samtaler foregår netop nu, dvs. i realtid. Det er dog ikke kun vores fysiske samtaler, der foregår synkront. Også telefonsamtaler og videosamtaler, der foregår via internettet (uden nævneværdig forsinkelse), kan kategoriseres som synkrone.

De ting, vi siger til hinanden i vores synkrone samtaler, er ofte præget af en stærk før og efter-relation. Når vi taler sammen ansigt til ansigt, er det nemlig normal kutyme, at vi svarer på det, vi netop er blevet spurgt om, inden for forholdsvis kort tid. Samtaler med en stærk før og efter-relation er

typisk også det, vi kalder *lineært sekventielle*, hvilket betyder, at spørgsmål og svar kommer som sammenhængende ture lige efter hinanden og ikke tillader andre indskydelser eller emneskift.



Et spørgsmål fra Anders i første taletur kræver altså et umiddelbart svar fra Bjørk i anden taletur. Svaret fra Bjørk lægger herefter op til nye turmuligheder afhængigt af svaret. Hvis vores samtalepartner stiller et spørgsmål, går det ikke, at vi tager for lang tid om at svare, skifter emne uden at svare på det, vi lige er blevet spurgt om, eller endnu værre – at vi ignorerer spørgsmålet. Medmindre vi er ude på at fornærme vores samtalepartner, eller fordi vi ikke *vil* svare og forsøger at undvige. Det sidste ses også i politiske debatter og lignende, hvor man ofte kan iagttage, at en politiker forsøger at tale udenom ved at svare på noget andet end det, der blev spurgt om. Det kaldes *forskydninger*.



Ansigt til ansigt-samtaler kræver altså et højt niveau af nærvær og opmærksomhed, hvis samtalen skal forløbe uden problemer.

ØVELSER

1. Tvivler du på den stærke før og efter-relation i fysiske samtaler, så prøv at vente i mere end 10 sekunder med at svare på et spørgsmål, eller skift emne og stil et helt andet spørgsmål, næste gang du sidder og spiser aftensmad med familie eller venner. Så vil du formentlig opdage, at dine venner eller familie vil reagere negativt og konfronterende på din adfærd.
2. I grupper på tre skal I optage et par interaktionssituationer på video. Den ene filmer, mens de to andre taler. I kan fx fortælle om den sidste ferie, I var på, eller om jeres yndlingsserie. Hver optagelse skal være mellem et halvt og et helt minut.
 - a. Omskriv videoerne til chatsamtaler. I må bruge skrift, emojis, likes, gif's osv.
 - b. Hvad var nemt at oversætte? Hvad var svært?
3. Find en online interaktionssituation (det kan være fra en af dine egne Messenger-samtaler eller en offentlig tråd).
 - a. Opfør interaktionen som ansigt til ansigt-samtale for klassen, eller optag den som video.
 - b. Er der elementer, der er svære at oversætte? Hvorfor?

TURTAGNING PÅ SOCIALE MEDIER

Onlineinteraktion foregår i reglen ikke synkront. Selv om vi til tider kan opleve, at vores skriftlige onlineinteraktion er tempofyldt og levende – så meget, at det næsten føles, som om vi sidder over for hinanden i samme rum og taler – så kommer vi aldrig til-at skrive 'i munden på hinanden'. Man kan fristes til at tro, at al onlineinteraktion derfor kategoriseres som asynkron, men det er faktisk ikke tilfældet. Vi skelner derimod mellem tre forskellige typer af tidslighed i onlineinteraktion – *asynkron* interaktion, *nærsynkron* interaktion og *kvasisynkron* interaktion.

Asynkron interaktion kalder vi den type af interaktioner, hvor der går flere timer eller dage mellem meddelelserne. Selv om der stadig er tale om vekselvirkning og gensidighed (jf. interaktion), så er der et tydeligt tidsmæssigt skel i interaktionen mellem afsender og modtager. Eksempler på asynkrone interaktioner ser vi i fx e-mails, som især bruges i erhvervsrelaterede sammenhænge, hvor et hurtigt svar inden for få minutter ikke nødvendigvis er påkrævet.

Nærsynkron interaktion nærmer sig på nogle punkter den synkrone ansigt til ansigt-samtale. Interaktioner kan kategoriseres som nærsynkrone, når meddelelser sendes frem og tilbage i høj frekvens (inden for 1-3 minutter). Et eksempel på et socialt medie, der ofte indeholder nærsynkrone interaktioner, er Snapchat, hvor meddelelsesfrekvensen mellem afsender og modtager typisk er høj. Det samme gør sig gældende for tekstbeskeder på mobiltelefoner, hvor der også typisk svares med det samme.

Kvasisynkron interaktion er onlineinteraktion, der tilsyneladende (deraf præfikset *kvasi*) er lige så synkron som ansigt til ansigt-samtaler. Kvasisynkrone interaktioner finder sted på sociale medier, der har funktioner, der efterligner den talte samtale, fx den såkaldte typing indicator.

Denne funktion findes efterhånden på flere sociale medier i form af tre prikker (se billede), som viser, at en samtalepartner skriver, uden at man dog kan se, hvad det er, der præcist



er ved at blive skrevet. Begrundelsen for, at denne type interaktion kun er tilsyneladende synkron, er, at meddelelserne skal tastes helt færdig og postes, før modtageren kan se dem.

SYNKRON SKRIVNING OG REDIGERING

På flere internettjenester har det længe været muligt for brugerne at skrive synkront. Blandt tjenesterne er Google Docs-programmet, hvor flere brugere kan tilgå samme dokument på samme tid og se, hvad de andre tilføjer (eller fjerner), bogstav for bogstav, i synkron tid. Denne synkron skrivefunktion er – så vidt vides – ikke blevet integreret på sociale medier, men spørgsmålet er, hvad en sådan funktion vil have af fordele og konsekvenser for onlineinteraktionen? Når man skriver online, er man ofte spontan og har måske ikke tænkt ordvalg og tegnsætning helt igennem. På de fleste sociale medier er det dog muligt efterfølgende at redigere (eller slette) indlæg. Er et indlæg blevet redigeret, er det ofte muligt for andre at se det oprindelige opslag og dermed, hvad der er blevet redigeret væk.

De tre typer af tidslighed skal ikke ses som fastlåste på bestemte sociale medieplatforme, selv om de forskellige sociale medier har *affordanser*, der tilskynder, at brugerne interagerer med hinanden på en bestemt måde. Nogle sociale medier lægger slet ikke op til interaktion, fx Pinterest, og andre er udviklet med henblik på den meget spontane interaktion, som man har mulighed for, fordi man altid har mobiltelefonen på sig, fx Snapchat. E-mailkorrespondancer kan godt være nærsynkron (såfremt e-mailbeskeder sendes hurtigt frem og tilbage) og kvasisynkron (hvis interaktionen foregår her og nu, samt at e-mailplatformen fx benytter sig af en typing indikator). På samme måde kan interaktioner på Snapchat eller Messenger også være asynkron, hvis der går timer eller dage mellem meddelelserne – også selv om platformene benytter sig af en typing indikator. Det handler altså om at vurdere de enkelte interaktioners synkronicitet ud fra aspekter som tid og frekvens.

Vi har typisk mange af de samme kontakter fordelt på forskellige sociale medier, og vores ønsker for og forventninger til interaktionen er ofte afgørende for, hvilket socialt medie vi vælger at benytte. Dette gælder blandt andet, hvor hurtigt vi forventer et svar, og hvilke emner vi tager op. Ønsker vi et hurtigt svar (som vi vil forvente det i en synkron samtale), benytter vi et socialt medie, hvor vi kan forvente et svar inden for kort tid.

Uanset om onlinesamtaler kategoriseres som asynkron, nærsynkron eller kvasisynkron, så skiftes vi stadig til at tage og tildele hinanden taleture, når vi interagerer online. Turtagningen i onlineinteraktion er dog knap så problematisk som ansigt til ansigt-samtaler, fordi vi netop ikke kan tale i munden på hinanden og afbryde. Dette betyder også, at vi ikke skal kæmpe om taleturen, på samme måde som det er tilfældet i vores fysiske samtaler. I onlineinteraktion kan vi i stedet komme til at skrive i utakt, dvs. hvor vi ikke er 'i sync' med hinanden. I onlineinteraktion er det nemlig muligt for os at have gang i flere samtaler på samme tid. Her kan vi komme til at stille flere spørgsmål, før den anden har fået besvaret det spørgsmål, der blev stillet først. Mange spørgsmål på én gang vil i ansigt til ansigt-samtaler være ret problematisk, men det synes ikke at være et problem i onlineinteraktion; både fordi det rent praktisk kan lade sig gøre, men også fordi det er acceptabelt, at der kan gå længere tid, inden vi får svaret på vores online-meddelelser, ligesom vi svarer i den rækkefølge, vi selv foretrækker. Den føromtalte før og efter-relation er altså knap så stærk i onlineinteraktion, som den er i ansigt til ansigt-samtaler. Selv om du netop er blevet stillet et spørgsmål, kan det sagtens være, at du vælger at skrive andre meddelelser (endda til samme person), inden du besvarer det først stillede spørgsmål – så længe du husker at svare på et senere tidspunkt.

DIGITAL MINIMALRESPONS

På mange sociale medier findes der efterhånden en række funktioner, som i samtaleanalyse kaldes for *minimalrespons*. Minimalrespons er, som betegnelsen antyder, en minimal form for tilbagemelding, vi giver hinanden i ansigt til ansigt-samtaler for at vise, at vi har hørt det, der er blevet sagt, ligesom at de kan betyde, at vi giver den anden tilladelse til eller ligefrem

opfordrer til, at denne fortsætter sin tale. Det kan være et nik, et smil eller gentagne "ja" eller "mm hmm", som indikerer, at den, der lytter, har forstået, hvad der bliver sagt. Dette er vigtige (men ofte ret oversete) informationer, vi anvender, når vi forhandler om tale og turtagning i fysiske samtaler.

Digital minimalrespons har generelt til formål at få vores onlineinteraktion til at minde om ansigt til ansigt-samtaler. Herunder følger fire eksempler på digital minimalrespons, som du sikkert ofte navigerer efter, når du befinder dig i interaktion på sociale medier: tagging, digitale kvitteringer, typing indicator og likes og emojis.

Tagging

På mange sociale medier har vi mulighed for at udpege, hvem der skal have næste tale – den såkaldte *næste-taler* – ved hjælp af tagging-funktionen.

Tagging giver mulighed for at adressere og målrette meddelelser (fx spørgsmål eller kommentarer) til en bestemt modtager, hvilket er meget brugbart, når der er mange potentielle modtagere i samme onlineforum. Tagging fungerer derfor lidt på samme måde som fx øjenkontakt, tonefald eller helt konkret det at bruge personers navne, som vi ofte benytter os af, når vi skal vælge, hvem der har den næste tale i samtaler, der foregår ansigt til ansigt.

TAGGING

Tidligere brugte deltagerne i chatrum også @'et foran andres brugernavne som en form for adressering, også selv om det dengang ikke virkede som direkte link. I dag benyttes @'et fortsat som tagging-redskab på eksempelvis Instagram. Sætter du et @ foran et navn eller en virksomhed på Instagram, tagges de i beskeden, hvorefter de vil få en notifikation herom.

På sociale medier bruges tagging også til at markere personers tilstedeværelse på billeder eller geotagging (geografisk identifikation), og dermed indeholder tagging-begrebet en række forskellige funktioner, som dog alle har til formål at udpege bestemte personer eller steder.

Digitale kvitteringer

En anden populær funktion på sociale medier er de digitale kvitteringer, som både kan angive, om modtageren har modtaget en meddelelse, og om modtageren har åbnet og set den.

De digitale kvitteringer findes efterhånden på mange sociale medier i forskellige udgaver: Der er skriftlige (fx "leveret", "set" og "læst"), men små symboler eller profild billeder bliver også anvendt i chats som markører for, om meddelelser er blevet sendt, leveret og åbnet.

Husk at købe tomater med, når du handler :)

Meddelelsen er sendt af sted, men er endnu ikke leveret til modtagerens telefon/computer

Hej makker
Jeg når sgu ikke mad, men jeg skriver når jeg er ved stadion, så finder jeg jer. Jeg regner med at være der omkring 19

Meddelelsen er leveret til modtager, men er endnu ikke blevet åbnet

Hvornår er du egentlig hjemme igen?

Meddelelsen er leveret og åbnet af modtager

De digitale kvitteringer kan være med til at give afsenderen et præj om, at modtageren har åbnet meddelelsen. På den måde kan de digitale kvitteringer også være med til at skabe forventning om, at modtageren har læst indholdet og snarligt sender svar retur. Selv om der står "set" eller "læst", betyder det dog ikke nødvendigvis, at modtageren reelt har læst, set eller forstået indholdet. Der kan blot være tale om, at modtageren har åbnet beskeden uden at gøre andet end det. Derfor kan funktionen ikke helt sidestilles med nik, smil eller ord som gentagne "ja" eller "mm hmm", som i fysiske samtaler indikerer, at den, der lytter, har forstået, hvad der bliver sagt.

En anden type af digitale kvitteringer er visninger (engelsk: views); en digital kvitteringstype, der bruges på fx YouTube og blogs til at vise, hvor mange gange en video eller indhold på en blog er blevet vist. Visninger-kvitteringen fungerer som en art minimalrespons i form af feedback til afsenderen om, at andre læser eller ser det, der er blevet lagt frem – lidt ligesom øjenkontakt er et signal om, at man er opmærksom og hører det, der bliver sagt.

Abonner- og følg-funktionerne (engelsk: subscribe og follow), som findes på både hjemmesider og sociale medier, minder om visninger-kvitteringen, da de angiver, hvor mange personer der er interesserede i afsenderen (eller afsenderens indhold). Antallet af både visninger, abonnenter og følgere bruges ofte til at vurdere popularitetsgraden. Jo flere visninger, abonnenter eller følgere, desto mere populært.

Visninger-kvitteringen (samt abonnenter og følgere) adskiller sig altså fra leveret-, set- og læst-kvitteringerne, da de ikke bruges til at vise, om meddelelser er blevet leveret og åbnet, men i stedet siger noget om, *hvor mange gange* noget er blevet vist. Lidt forenklet kan man sige, at visninger-kvitteringen typisk bruges i kommunikationssituationer, hvorimod leveret-, set- og læst-kvitteringerne bruges i interaktionssituationer.

The typing indicator

The typing indicator, som også er blevet nævnt i forbindelse med synkronicitet, er en tredje type af digital minimalrespons. Mange er efter-

hånden blevet bekendt med de tre små prikker, der optræder i bunden af skærmen, når man som samtalepartner er ved at skrive en besked via fx iMessage eller på Messenger. The typing indicator dukker op i det øjeblik, en person i den anden ende skriver, og forsvinder med det samme, personen holder pause eller stopper med at skrive, uden at man dog som modtager kan se, hvad det er, der præcist er ved at blive skrevet.

Funktionen findes på en lang række sociale medier i forskellige udformninger. På Snapchat får brugerne en push-meddelelse med teksten "X is typing", hvilket også gør sig gældende på en række andre sociale medier.

Overfører vi the typing indicator til ansigt til ansigt-samtaler, svarer den til, at én af personerne i en samtale er i gang med en taletur. I ansigt til ansigt-samtaler ville det være uhøfligt at afbryde, mens en anden har taleturen, men sådan forholder det sig, som det tidligere er blevet gennemgået, ikke i onlineinteraktion, fordi det er muligt at have gang i mange forskellige samtaler på én gang. Selv om the typing indicator toner frem på skærmen, kan man godt 'afbryde' eller skrive 'i munden på hinanden', uden at det får konsekvenser for interaktionen (og relationen). Funktionen er med til at markere tilstedeværelse og nærvær. Når the typing indicator viser sig på skærmen, ved man, at samtalepartneren er til stede og er i gang med at skrive en besked – funktionen giver derfor også en indikation på, at man kan forvente et snarligt svar.

Likes og emojis

På sociale medier kan likes og emojis også fungere som en form for digital minimalrespons. Ved at benytte et like kan man fx vise, at man har set og forholdt sig til afsenderens meddelelse (lidt ligesom et "mm hmm" eller et nik med hovedet), selv om man ikke nødvendigvis vil kommentere yderligere på den, som vist i eksemplet på næste side. Likes kan dog også – ligesom visninger-kvitteringen og følger-funktionen – bruges som en indikator for, om noget (et opslag, en video m.m.) er populært eller ej. (Læs meget mere om likes i kapitel 5, s. 132-135).



En lille reminder om at det er lørdag det går ned venner



Emojis bruges i visse situationer også som digital minimalrespons som i eksemplet herunder, hvor en raket bliver brugt som en form for markering af, at samtalen er slut. Denne form for digital minimalrespons kan minde om det smil, nik eller vink, der bruges, når to mennesker, der har sagt farvel, giver en sidste, ikke-sproglig hilsen. (Læs meget mere om emojis i kapitel 4, s. 80-91).



Ja!! Go plan!

Yas!! Vi ses kl. 19



det gør vi! 🚀

ØVELSER

1. Redegør for forskellen på henholdsvis asynkron, nærsynkron og kvasisynkron interaktion.
2. Find et eksempel fra en af dine egne onlineinteraktioner, hvor du og din samtalepartner 'taler i munden på hinanden'.
3. Kom med eksempler, hvor de forskellige former for synkronicitet er i spil.
4. Hvilke sociale medier benytter du til at kontakte dine venner, hvis du ønsker at få et hurtigt svar retur? Hvorfor?

5. Hvilke sociale medier benytter du oftest? Vurder den typiske synkronicitet på det pågældende sociale medie.
6. Hvor lang tid synes du, at der må gå, inden man bør svare på en meddelelse?
 - a. Afhænger det af, hvilket medie du bruger, eller hvem du er i kontakt med?
 - b. Er det OK at rykke for et svar? I så fald hvornår? Og i hvilken tone? Er der (også) her forskel på, hvilket medie du bruger?
7. Orienterer du dig efter en typing indicator, og lader du den anden skrive, hvis symbolet bliver vist? Diskuter to og to (gerne flere). Hvorfor/hvorfor ikke?
8. Giv eksempler på minimalrespons i fysiske samtaler og i onlineinteraktion.
9. Giv eksempler på steder, hvor der bruges digitale kvitteringer, og find så mange forskellige typer af digitale kvitteringer som muligt.

Ekstra materiale

- Bertelsen, U.D.: "Flersprogethed på Facebook: Flersprogede unges interaktion på Facebook i et sprogtilegnelsesperspektiv". I: *NyS – Nydanske Sprogstudier* 48, 2015, s. 36-70. (Tilgængelig online).
- Brinkmann, S.: *Brinkmann på Pr: Sociale medier*. DR P1, 7. juni 2017. (Tilgængelig online).
- DanTIN: Samtalegrammatik: <http://samtalegrammatik.au.dk/> (læs fx en del gode artikler om samtaler skrevet af lingvistikstuderende på Aarhus Universitet).
- Grønning, A.: *Digitale samtaler*. Samfundslitteratur, 2018.
- Hougaard, T.T.: "Progressivitet via interaktionelle resurser og partikler i skrevet online interaktion". I: Andersen, M.H. (red.): *Sprogbrug i de nye medier. 3. symposium om sprogbrug og interaktion i de nye medier*. Dansk Sprognævn, 2017. (Tilgængelig online).
- Nielsen, M.F. & Nielsen, S.B.: *Samtaleanalyse*. Samfundslitteratur, 2013.
- Waagstein, A.: *Så svar dog*. Kommunikationsforum, 2015.

