

Institutt for humanistiske fag

Camilla Holm

Masteroppgave

Med mål og tråd – twitteressayet som formidlingssjanger

Threading the need for knowledge – the twitter essay as a genre for dissemination

Digital kommunikasjon og kultur

2018

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage

JA NEI

Innhold

INNHOOLD	3
NORSK SAMMENDRAG	6
ENGELSK SAMMENDRAG (ABSTRACT)	7
FORORD	8
1. INNLEDNING	9
1.1 «PÅ TWITTER SKRIVER»	10
1.2 Å FORMIDLE	11
1.3 OPPGAVENS RELEVANS	12
1.4 PROBLEMSTILLING	13
1.5 KORT PRESENTASJON AV TEORI OG UTVALG	13
2. TEORI: FRA VERK TIL TWITTER, FRA TEKST TIL TWEETS, FRA AVSNITT TIL TRÅD	14
2.1 DEL 1: TWITTER SOM MEDIUM	15
2.1.2 <i>Et digitalt sosialt medium</i>	19
2.1.3 <i>Elleström mediedefinisjon</i>	23
2.1.4 <i>Secondary literacy</i>	28
2.1.5 <i>Twitters “message”</i>	31
2.2 DEL 2: TWITTERESSAY SOM SJANGER	32
2.2.2 <i>Essayteori</i>	35
2.3 OPPSUMMERING	38
3. ANALYSE: TRUMP, MARX OG KVINNE DRAP – 4 TWITTERESSAYS	40
3.1 “JUST JOKING”	40
3.1.1 <i>Hva er tekst og hva er tråd?</i>	41

3.1.2	<i>Oppbygning av teksten</i>	42
3.1.3	<i>En tekst, veldig mange avsnitt</i>	44
3.1.4	<i>Tekstlig sammenheng</i>	46
3.1.5	<i>Paratekstuelle elementer</i>	48
3.1.6	<i>“I”, “you” and “tiny hands”</i>	49
3.1.7	<i>Connectivity: Forminsket avstand mellom forfatter, tekst og leser</i>	50
3.2	<i>“MARXIST LITERARY THEORY 101”</i>	52
3.2.1	<i>Hva er tekst og hva er tråd?</i>	53
3.2.2	<i>Oppbygning av teksten</i>	54
3.2.3	<i>En tekst, veldig mange avsnitt</i>	55
3.2.4	<i>Tekstlig sammenheng</i>	57
3.2.5	<i>Paratekstuelle elementer</i>	58
3.2.6	<i>Nærhet mellom forfatter og leser</i>	60
3.3	<i>OM Å OVERSETTE ODYSSEEN</i>	62
3.3.1	<i>Oppbygning av teksten</i>	63
3.3.2	<i>En tekst, veldig mange avsnitt</i>	66
3.3.3	<i>Paratekstuelle elementer</i>	69
3.4	<i>“HOW TRUMP TWEETS”</i>	72
3.4.1	<i>Oppbygning</i>	72
3.4.2	<i>En tekst, veldig mange avsnitt</i>	76
3.4.3	<i>Tekstlig sammenheng</i>	77
3.4.4	<i>Paratekstuelle elementer</i>	78
3.5	<i>OPPSUMMERING AV FUNN</i>	81
4.	DRØFTING: TWITTERESSAY I TRÅD MED TIDEN	83

4.1	PLASSERT I MAL, MEN IKKE MALPLASSET – OM HVORDAN TWITTER GIR FORM TIL TWITTERESSAYET	83
4.2	HVOR STARTER OG STOPPER TEKSTEN?	87
4.3	PARATEKSTENES ROLLE I Å FORHOLD OSS TIL TEKSTEN	89
4.3.1	<i>Forfatternavn og profilbilde</i>	90
4.3.2	<i>Interaksjonsfunksjoner og protokoll</i>	90
4.3.3	<i>Emneknagg</i>	91
4.3.4	<i>Andre forfatterskapte peritekster</i>	92
4.4	TWITTERESSAY SOM SJANGER – RETT SJANGER I RETT TID?	92
4.5	Å HOLDE DET AKTUELT	95
4.6	ER DET RIKTIG Å SNAKKE OM TWITTERESSAY SOM SJANGER, ELLER BURDE VI HELLER SNAKKE OM TRÅDEN?	96
4.7	TWITTERESSAY SOM EN SJANGER FOR KUNNSKAPS- OG FORSKNINGSFORMIDLING.....	99
4.7.1	<i>Det aktuelle</i>	99
4.7.2	<i>En “message” for alle – å bidra i det offentlige ordskiftet</i>	100
4.7.3	<i>Det hybride mediet - hva gjør det med formidlingen?</i>	101
4.7.4	<i>Overtalelsen i essayet og i mediet</i>	102
4.7.5	<i>Blir det bedre?</i>	103
5.	KONKLUSJON	105
5.1	VIDERE FORSKNING	106
	LITTERATURLISTE	108

Norsk sammendrag

Denne oppgaven tar for seg en ny digital sjanger på det sosiale mediet Twitter som utnytter muligheten på mediet til å lage tråder, som gjør at man kan unngå begrensningen på 280 tegn for en ytring. Dette er sjangeren twitteressay. Denne sjangeren undersøkes ved å se på den fra et medieteoretisk perspektiv, med McLuhans «the medium is the message» som bakteppe. Dette betyr at teorigrunnlaget for undersøkelsen av sjangeren baserer seg på å forstå hva et digitalt sosialt medium er og hva som gjør Twitter til Twitter og hvilke betingelser dette mediet legger for tekst, essay og kunnskapsformidling. Sjangerteoretisk hviler det teoretiske rammeverket på en ny-retorisk forståelse av sjanger og en vid forståelse av sjangeren essay. Rammeverket har gjort det mulig å undersøke nærmere og drøfte hva et twitteressay er, hva som har skjedd når essayet har emigrert over på Twitter og hvordan det egner seg som formidlingsjanger. En slik undersøkelse har blitt gjort ved å gjøre en nærlesning og analyse av fire utvalgte twitteressays og drøfte funn opp mot det teoretiske rammeverket. Ut fra dette har konklusjonen blitt at twitteressayet er en sjanger som har fått mediespesifikke trekk, både i form og ved at de har blitt satt i en ny eksplosiv sammenkobling og muntlig temporalitet. Men samtidig at sjangeren er i utvikling på et medium som også er i endring. Noe som også gjør det vanskelig å konkludere med nøyaktig hva som definerer sjangeren, eller hva slags sjanger den kanskje er på vei til å bli. De mediale betingelsene som settes for tekst og formidling på Twitter er også med på å gjøre dette til en formidlingsjanger som kan realisere informasjon som et offentlig gode som er tilgjengelig for allmenheten, selv om det krever en mediebevissthet av forfattere, og at Twitters øyeblikkelighet kan fordre en aktualisering av det man vil formidle.

Engelsk sammendrag (abstract)

This thesis investigates the Twitter Essay, a new digital genre emerged on the social network service Twitter where it takes advantage of the possibility on the medium to make threads, thus circumventing the limit of 280 characters to make a statement. It applies the theoretical perspective of McLuhan, with "the medium is the message" as a backdrop. This means that the theoretical grounding for the investigation of genre is based on understanding the social medium itself, that is, what makes Twitter *Twitter*, and which conditions this medium lays for text, essay and the spreading of knowledge. Furthermore, it investigates what impact this has to the Essay, when it migrated to Twitter, and evolved into the Twitter Essay. The genre theory is also based on a new-rhetorical understanding of genre. The purpose has been to investigate closely and discuss what a Twitter Essay is, and how it's suited for a genre for dissemination of knowledge and research, by way of close-reading four select Twitter Essays. The conclusion is that the Twitter Essay is a genre that has certain media-specific forms, both in shape and being put into an explosive connectivity and an oral temporality. But the genre is also still in a state of evolution on a medium which is also evolving. This makes it difficult to say with certainty what defines the genre, but we can at the same time state that it *is* evolving. The media-specific conditions that Twitter set on text and information also plays a part in making this a genre for dissemination that can realize the idea of information as a public good that needs to be accessible to the public, even if this requires a certain media-savvy from the authors. And additionally that Twitters immediacy can demand an actualization of the topic you wish to spread.

Forord

Takk til Hans Kristian Rustad, en veileder som alltid ga uttrykk for at jeg var på vei et bra sted, men som også være ærlig nok til å si at den veien var merkverdig kronglete. Og det var den. Men jeg kom meg i mål til slutt.

Takk til Daniel for å alltid ha trua på meg og at jeg ville klare dette.

Takk til Karen og alle de gode diskusjonene vi hadde over et glass gin tonic.

#MadeIt #HumanitiesMatter

1. Innledning

“Whether it be emailing economists about Foucault or letting a nursing student know more about phenomenology using social media has shown me that beyond the limits of the university classroom, people are curious and searching for new ways to be engaged and to learn. Social media can change how we teach and spread knowledge beyond the limits of the university and through anonymity academics might well find the freedom to connect with the public like never before.” - Jon Greenaway [TheLitCritGuy] (Greenaway, 2016b)

Jeg har alltid vært fascinert av utviklinger hvor noe – for eksempel et medium - begynner å brukes til noe annet enn det det har vært ment for eller skapt for. Allerede har man sett hvordan Instagram, et sosialt medium med fokus på fotografering bildedeling, har blitt et sted for digitale poeter. «When verse goes viral» har blant annet CBC kalt det (CBC, 2017) og viser til hvordan brukere som skriver dikt og laster de opp som bilder på instagram har fått enorme mengder følgere. Selv om dette også kunne vært et godt utgangspunkt for en masteroppgave er det ikke Instagram denne oppgaven skal fokusere på. Denne oppgaven skal heller fokusere på Twitter.

De siste årene har jeg vært vitne til et Twitter som har beveget seg fra korte meldinger til lengre tekster, samtidig som tweet-formatet med tegnbegrensingen har fortsatt å være et av Twitters definitive kjennetegn. Men hvordan kan lengre tekster produseres med bare 280 tegn til rådighet? Dette har brukere kreativt løst ved å lenke tweets sammen i form av å svare på sine egne tweets. Mange refererer til at en større tekst som går over flere tweets er en tråd, nettopp fordi det kalles en tråd av mediet. Men dette er for lite presis å bruke i mange tilfeller, med mindre man snakker om en tråd i betydningen lenkede tweets og *tråd* i betydningen sjanger. Snarere er det mer fruktbart å se på tråden som å inneholde flere mulige sjangre som holder på å utvikle seg, og den mest prominente er nettopp twitteressayet, som er et begrep som brukes av mange for å betegne bestemte typer av tråder, og som oftest også er det folk kaller tråd. Et google-søk viser at «twitter essay» (engelsk begrep) gir 130 000 resultater. Men til tross for alle resultatene er det også viktig å nevne at dette ikke er et etablert begrep, men at det er en betegnelse som blir brukt av brukere på Twitter i møte med med mange lengre tekster på twitter, og det må bety at brukere kjenner igjen noe essayistisk i tekstene de nettopp omtaler som twitteressays. Derfor er dette noe å undersøke videre – hva er egentlig et twitteressay? Og hvorfor på Twitter?

1.1 «På Twitter skriver»

I nyhetsmedier i dag referer ofte artikler til «på Twitter skriver», «dette skrev han på Twitter»; «dette har blitt diskutert heftig på Twitter», etc. I A-tekst Retriever finnes det per medio mai 2018 omtrent 14600 treff på «på Twitter skriver» og 990 000 treff på «på Twitter» fra artikler både på nett og i papiraviser. Det merkes når noen skriver noe der. Avisene rapporterer ikke lenger bare fra folk på gata, fra samlingssteder i byene eller diskusjoner på diskusjonssider i avisene. Da rapporterer også fra det som må anses som vår digitale offentlighet, nemlig Twitter. Med dette har Twitter fått feste som et offentlig sted, et medium som setter børs og katedral sammen, et sted hvor både Ola Narr og Donald Trump er tilstede – og hvor de begge har noe å si.

Til tross for at Donald Trump ikke bare har gjort Twitter enda mer aktuelt etter at han gjorde det til sitt medium for mange av sine uttalelser er det ikke Donald Trumps bruk av Twitter denne masteroppgaven skal handle om. I hvert fall ikke direkte. To av de fire twitteressayene som vil bli analysert handler allikevel om noe Trump-relatert, og til og med en av de handler eksplisitt om hvordan Trump bruker Twitter. Heller er det humanistiske akademikere sine bidrag til den offentlige diskurs som disse twitteressayene utgjør. Selv om ikke oppgaven eksplisitt diskuterer humanistisk forskningsformidling og kunnskapsformidling, har jeg allikevel et ønske om å sette den inn i en slik kontekst med valg av de twitteressayene jeg har gjort. Dette fordi de siste årene nettopp har vært mye snakk om humanioras relevans. Men her er jeg ikke ute etter å bevise hvordan humaniora kan ha relevans, men heller hvordan den relevansen den *har* kan komme til syne gjennom formidling i de riktige kanalene. For denne oppgaven er denne kanalen – eller dette mediet – Twitter.

I 2017 kom Kunnskapsdepartementet med en stortingsmelding om humaniora. Denne startet slik:

Behovet for humanistisk kunnskap er åpenbart. I en verden med klimaendringer, migrasjonsbølger og raske teknologiskifter er det nødvendig å forstå betydningen av identitet, verdier, religion, kultur, etikk og språk. Representative demokratier trenger en opplyst offentlighet, som igjen forutsetter lese- og skriveferdigheter så vel som kunnskap om historie og internasjonale forhold. Arbeidslivet preges av globalisering, omstilling, økende kompleksitet og teknologiutvikling. Samfunnsutviklingen gjør skolens evne til å lære elevene å håndtere kompleks og tvetydig informasjon enda viktigere. Forståelse av kunstopplevelser åpner for erfaringer og innsikt som ikke er direkte tilgjengelig på andre måter. Humaniora er sentralt på alle disse områdene. Derfor trenger vi høy kvalitet i humanistisk forskning og på undervisningen av humanistiske fag både i skolen og i høyere utdanning. (Kunnskapsdepartementet, 2017)

...men vi trenger også formidling, i kanaler og gjennom medier hvor humanistisk fagkunnskap og forskning kan nå frem, og realisere sitt potensial som et offentlig gode for samfunnet.

Essayene som analyseres er alle fra humanister, som hver og en har hatt en effekt, skal vi tro delingene og spredningen av tekstene både på Twitter og til andre medier. På denne måten vil også oppgaven vise hvordan formidling er mulig, hvordan humaniora lett kan være til stede i offentligheten, med humanister som avsendere. Allikevel vil jeg understreke at Twitter ikke nødvendigvis mangler akademikere, eller at det er mangel på humanister i sosiale medier i det hele tatt. At akademikere er på Twitter er på ingen måte nytt, ei heller er det nytt at de er i sosiale medier. Det finnes akademiske bloggere som Jill Walker Rettberg, Lisbeth Klastrup og Susan Tosca som har brukt blogg til akademisk refleksjon og faglig distribusjon. Blogger har jo også som kjennetegn den interaksjonen man får i sosiale medier - men hvordan skiller det seg fra twitter? Hvilke kvaliteter ved Twitter gjør det bedre til formidling? Og – først og fremst – hva er formidling?

1.2 Å formidle

«Å skrive og snakke så flere forstår styrker ikke bare offentligheten og demokratiet, men også selve forskningen» (Wig & Svensen, 2016, s. 195)

Idealistisk sett handler formidling om å bidra med kunnskap til det offentlige ordskifte og et opplyst demokrati (Wig & Svensen, 2016, s. 196). Like viktig som sin egen forskning, er også det å være den som kan opplyse og videreformidle allerede eksisterende kunnskap, eller knytte eksisterende teori og kunnskap fra sitt eget fagfelt opp til nye og aktuelle temaer. En intuitiv

begrunnelse for slik formidling er at det bidrar til en opplyst allmenhet (Wig & Svensen, 2016, s. 203). Uansett om det er egen forskning eller eksisterende kunnskap, handler det om at å dele kunnskap kan være med på å skape et levende folkestyre, hvor folk får makt til å ta gode beslutninger (Wig & Svensen, 2016, s. 203). Men det sentrale poenget hos Wig og Svendsen er imidlertid at formidling også bidrar til å gjøre forskningen bedre (Wig & Svensen, 2016, s. 196). Med dette mener de at den får prøvd seg, og blir sosialt situert i et kunnskapsfellesskap hvor den kan utvikle seg eller omforme seg videre.

Disse to begrunnelsene for hvorfor formidle vil også kunne brukes videre i oppgaven hvor jeg skal se nærmere på om ikke nettopp twitteressayet er en sjanger som kan egne seg til formidling, all den tid Twitter fremstår som den plassen å formidle *på*. Med dette som bakgrunn skal jeg nå bevege meg over i å adressere oppgavens relevans, problemstillinger, teori og utvalg.

1.3 Oppgavens relevans

Denne oppgaven er viktig på flere måter. Den er viktig akademisk fordi den tar for seg en ny mediebettinget sjanger og ser nærmere på en digital sjanger i utvikling på et relativt nytt medium i endring. Den tar i forlengelsen av dette for seg et fenomen som ikke tidligere har vært forsket på (etter det jeg vet og har undersøkt). Mye har derimot vært skrevet om Twitter i forbindelse med kommunikasjon, spredning av informasjon og Twitter som en offentlighet. men det er ingen (som jeg vet om) som til nå har sett på hva den nye tråd-funksjonen har hatt å si for Twitter, og også hva som så bak endringen av mediet for å tilrettelegge for disse trådene. Dette kan selvfølgelig ha noe med å gjøre at det å «tråde» tweets er en relativt ny form for praksis på mediet, men det er også det som gjør det så spennende å undersøke.

Oppgaven er, som tidligere indikert, også viktig fordi den kan bidra med innspill til en mulig løsning på «problemet» om å synliggjøre humaniora. Selv om dette på ingen måte må sees på som noe som vil løse et stort og mangefasettert «problem». I forlengelsen av dette er også oppgaven relevant for akademikere generelt og andre som har et ønske om å formidle, men ikke nødvendigvis vil risikere å tale for døve ører.

1.4 Problemstilling

Med utgangspunkt i alt nevnt til nå er det særlig tre spørsmål som vil være fruktbare for å se nærmere på.

- 1) Hva er et twitteressay?
- 2) Hva har skjedd når essayet har emigrert over på Twitter?
- 3) Hvordan egner sjangeren twitteressay seg til kunnskaps- og forskningsformidling?

Selv om de er satt opp som tre separate spørsmål går disse spørsmålene naturlig nok en del inn i hverandre og dette vil både analyse, drøfting og konklusjon også vise.

1.5 Kort presentasjon av teori og utvalg

For å svare på disse spørsmålene vil det teoretiske rammeverket inneholde et medieteoretisk utgangspunkt, knyttet opp sammen med et ny-retorisk sjangerperspektiv. Det teoretiske rammeverket er konstruert med utgangspunkt i et McLuhansk syn på hva medier gjør med innholdet det medierer i den betydning at mediets karakteristikk produserer effekter.

Utvalget består av fire twitteressays fra fire forskjellige akademikere innenfor humaniora. Disse er valgt ut på bakgrunn av at de ved flere forskjellige tidspunkter har dukket opp i min nyhetsstrøm, og at jeg anser de som gode eksempler på formidlende tekster. Dette er for så vidt sant om en rekke andre slike twitteressays, men disse har blitt valgt ut fordi de har forskjellige utgangspunkt, enten i tema, tidspunkt, avsenders status, og i bruk av forskjellige virkemidler i teksten. Disse twitteressayene har blitt nærlest med fokus på visse nedslagspunkt, som er tatt ut fra å se på hva som er spesielt med mediet Twitter, og hvilke aspekter som kan anses å påvirke tekst og formidling.

I analysen har forfattere ikke blitt anonymisert. Twitter er et offentlig medium hvor man vet man skriver noe som alle kan se. Det vil oppstå konversasjoner der man «glemmer» denne offentligheten, men dette er ikke tilfelle med disse tekstene som er produsert som alle har et mål om å bli lest, og hvor flere av de i tillegg har blitt skrevet om utenfor mediet og er relativt kjente.

2. Teori: Fra verk til Twitter, fra tekst til tweets, fra avsnitt til tråd

Twitter har som et medium – og herunder et digitalt sosialt medium - særegne aspekter ved seg som påvirker de sjangrer som overføres på dette mediet, og essayet er intet unntak. Enkelt sagt: Når essayisten og essayet finner veien til Twitter, oppstår en ny sjanger: twitteressay. Dette kan sammenlignes med tidligere emigreringer, som når essayet har funnet veien til filmen og skapt sjangeren videoessay. Dette eksempelet synliggjør også ganske tydelig at sjanger påvirkes av mediale betingelser og at de ikke nødvendigvis forblir de samme på et nytt medium. At twitteressay er en egen sjanger - og ikke bare en sjanger som er reproduisert på et nytt medium - hviler på en forståelse av at medier er med på å betinge både sjangerendring og -etablering. Dette kan knyttes opp til ideer fra sentrale medietoretikere som McLuhan, Kittler, Mitchell og Hayles.

En av disse ideene er Marshall McLuhans «the medium is the message». Dette går ut på at mediet er uatskillelig fra det budskapet - eller her teksten – som det formidler. Det betyr at mediet påvirker hvordan vi som mottakere oppfatter teksten vi leser (McLuhan & Fiore, 1967, s. 8). I det ekstreme er ikke innholdet like viktig som måten innholdet presenteres og får oss til å forholde oss til innholdet på. For McLuhan er ikke mediet nøytralt, usynlig eller kun til bruk for å sende noe til en mottager. Mediets karakteristikk produserer effekter som kan være like viktige som - eller viktigere enn - det faktiske innholdet det sender oss. Eller som McLuhan sier det: «the “message” of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs» (McLuhan, 1964, s. 1).

Dette betyr imidlertid ikke at jeg ikke er opptatt av tekstinnhold, men at dette tekstinnholdet er betinget av mediet. Twitter er et digitalt sosialt medium, og det er en tendens til at sjanger og digitale sosiale medier som konstruksjoner går mer i hverandre enn det som er tilfellet i bokmediet. På denne måten påvirker sjanger og medium hverandre og tekstpraksisen. Tekstinnholdet må derfor sees i sammenheng med mediet det formidles gjennom og mediets «message». Samtidig er sjangeren også med på å påvirke hvordan man tolker og forstår innholdet. Derfor er det rimelig å anta at en sjanger som ikke avviker nevneverdig fra et mediums «message», får forsterket sin funksjon når den emigrerer over på det mediet.

Dette teorikapitlet utgjør derfor et teoretisk rammeverk for å analysere mediale betingelser for det som blir omtalt som twitteressay, og undersøke på hvilken måte det er en utvikling av

essaysjangeren, med utgangspunkt i at twitteressayet er en mediespesifikk sjanger. I forlengelsen vil det også bli mulig å drøfte sjangeren som en formidlingssjanger. Det teoretiske rammeverket består derfor av både medieteorier og sjangerteori. Først i rammeverket kommer en redegjørelse for Twitter som medium og de aspekter ved Twitter som legger betingelser for tekst, essay og formidling, dernest kommer en redegjørelse for twitteressay som sjanger.

2.1 DEL 1: Twitter som medium

Twitter er et sosialt digitalt medium, som tradisjonelt sett har blitt sett på som et medium der korte meldinger sendes, kommenteres, leses og spres. I forlengelsen av dette omtales mediet som en stor strøm av kontinuerlig oppdateringer som utgjør en offentlighet (Murthy, 2013, s. 8). Dette kan imidlertid vise seg å være litt upresist med en gang man begynner å skrape under overflaten. Twitter er heller et flertall av virtuelle strømmer med både overlappende og separate nettverk. Disse utgjør derfor mange digitale deloffentligheter. Det gjør at det også er utfordrende å kunne si noe spesifikt om Twitter som offentlig møteplass generelt, selv om det ikke er feil å si at Twitter er en form for offentlighet. Denne offentlige diskursen, som er en del av mediet, er en av de fire karakteristikker ved Twitter som Peter Wikström utpeker som sentrale i sin avhandling om kommunikasjon på Twitter. De tre andre er for det første nyhetsstrømmen som den sentrale delen av mediet alle brukere forholder seg til (Wikström, 2017, s. 7). Nyhetsstrømmen presenterer innholdet på mediet for en bruker, og er unik for hver eneste bruker. For det andre er det tegnbegrensningen på hvor mye man kan skrive og få publisert i en tweet av gangen (Wikström, 2017, s. 7). Til sist er Twitter også kjent for å være et sted hvor møter mellom politiske figurer, massemedier, og allmenheten skjer (Wikström, 2017, s. 7 - 8).

Tweets, retweets, likes og emneknagger

Twitter sitt hovedinnhold er tweets, som er stammespråk for mediets brukerproduserte tegnbegrensede ytringer. Inntil nylig besto begrensningen av 140 tegn, men høsten 2017 ble denne utvidet til å være 280 tegn. Det er denne tegnbegrensningen som er et av aspektene som skiller Twitter fra andre lignende sosiale medier. I tillegg til tegnbegrensningen, er en tweet gjenkjennbar ved at formen alltid informerer om forfatter og når den er tweetet. En tweet har også en rekke interaksjonsfunksjoner som gjør andre brukere i stand til å like, retweete eller kommentere. Tweets publiseres automatisk, og blir å finne på både brukerens egen profilside og på Twitter generelt (Murthy, 2013, s. 2). Sistnevnte betyr at meldingene blir potensielt

tilgjengelig for andre, hovedsakelig i andre brukeres nyhetsstrøm. En måte for at dette skal skje er å følge brukeren som har produsert meldingen. Å følge noen er det samme som å abonnere på oppdateringene som kommer fra den brukeren. Tweeten kan også bli tilgjengelig i andre brukere sine strømmer hvis andre har viderefremmet den ved å retweete den, eller den kan dukke opp i strømmen hvis flere av de du følger har likt eller kommentert på tweeten.

Den konvensjonelle bruken av mediet er produksjon og publisering av ytringer som er offentlige, og kan sees av hvem som helst, også utenfor mediet. Selv om meldingene har en restriksjon på 280 tegn, har Twitter flere andre metoder for å koble meldingene til større saker, spesifikke personer eller grupper. En måte er at tweets kan kategoriseres med en emneknagg: ord som blir prefikset av en # blir brukt for å indikere et tema, en (pågående) hendelse eller en assosiasjon (Murthy, 2013, s. 3). Emneknaggen gjør det derfor mulig å linke samtaler sammen, og å linke fremmede sammen. Ved å inkludere en emneknagg i en tweet blir tweetene del av en større samtale, og kan i mange tilfeller knyttes til noe større. Dette fasiliteter derfor interaksjoner mellom individer som er fremmede ovenfor hverandre (Murthy, 2013, s. 3). Men selv om man bruker samme emneknagg, betyr ikke det at brukere nødvendigvis fører en samtale med hverandre. Dette kan heller sammenlignes med den kommunikative praksisen i chatterom, hvor man chatter, men ikke nødvendigvis *til* hverandre (Murthy, 2013, s. 4). Emneknagger er også søkbare, slik at man kan få opp en strøm knyttet til emneknaggen, i stedet for sin egen strøm. Emneknagger er derfor en måte hvor Twitter legger til rette for en reell mange-til-mange-kommunikasjon (Murthy, 2013, s. 6). En annen måte man legger til rette for mange-til-mange-kommunikasjon er gjennom retweets. En retweet gjør at man kan videresende – eller distribuere - en melding til strømmen til personer som følger deg. En alternativ måte er å retweete den som et sitat, som gjør at man selv produserer en tweet, men hvor tweeten også inneholder den første tweeten som en form for sitering. Mulighetene for retweets definerer Murthy som et av aspektene ved Twitter som legger til rette for at man ikke forblir innad i sitt eget nettverk, men at man lettere kan nå ut (og når ut) til et større publikum (Murthy, 2013, s. 6). Retweeting er også en av de sentrale mekanismene som gjør at tweets blir lagt merke til på Twitter. En tweet kan bli retweetet av noen med hundre følgere, og igjen bli retweetet av noen med flere titalls tusen følgere, og slik kan snøballen rulle. Det vil si at plutselig kan en tweet bli kjempepopulær, uten at noen kunne forutsi dette (Sunstein, 2017, s. 154). Dette har noe å si hvis vi forstår informasjonen som et offentlig gode, ikke minst når det publiseres, spres og konsumeres gjennom Twitter. At informasjon er et offentlig gode betyr at når en person vet noe vil andre sannsynligvis få nytte av det også, eller, slik Sunstein

formulerer det: «Every day, in fact, millions of people are beneficiaries of information that they receive only because someone else who has not sought out that information in advance happens to learn it» (Sunstein, 2017, s. 148). Denne formen for spredning er også en kommunikativ karakteristikk ved Twitter som er med på å bygge opp under Twitter som en offentlighet, eller mer riktig; flere deloffentligheter som også er til dels overlappende.

Til sist er det også viktig å peke på at tegnbegrensingen som tweetformatet utgjør, ikke nødvendigvis begrenser det en person ønsker å ytre til å kun måtte bestå av maksimum 280 tegn. Ved å svare på sine egne tweets kan brukere lage lenkede tweets som utgjør det som på Twitter blir kalt tråder. Visuelt sett betyr det at tweets lenkes sammen med en blå, vertikal linje som går fra tweet til tweet for å indikere at de står i et forhold til hverandre. Høsten 2017 endret mediets visuelle profil seg til at disse lenkede trådene nå også ble markert med en lenke som sier «Vis denne tråden» i en nyhetsstrøm under tweetens tekstinnhold, og «Tråd» øverst i tråden etter man hadde trykket for å få opp hele tråden. Samtidig med denne endringen ble det også mulig for brukere å velge å lage tweets i et trådformat. Det vil si at man kunne velge å tweete ut fra en alternativ produksjonsmodell, nemlig å fylle inn tekst i flere bokser som man så kunne publisere med en gang som en tråd. Figur 1 hvis hvordan dette ser ut for en bruker.



Figur 1

Denne utviklingen er også et tydelig eksempel på hvordan et medium alltid er i endring, og som tilpasser seg og blir endret av brukernes behov: brukere begynte å lage lengre, lenkede ytringer, noe som etter hvert førte til endringer i mediet for å gjøre denne bruksmåten enklere. Men dette er ikke første gang noe sånt har skjedd med Twitter. Fra sin begynnelse i 2006 har Twitter hatt flere endringer som skyldes hvordan brukere selv har begynt å ta i bruk mediet. Som et eksempel kan man nevne hvordan @-tegnet kom til fra brukere selv som ville gjøre det klart at de snakket til noen. Selskapet Twitter endret det derfor slik at @brukernavn førte til personens profilside, og etter hvert inkluderte de også en reply-knapp i designet (Weller, 2014, s. 33). Denne endringen var også den endringen som i det hele tatt ga muligheten til å lenke tweets sammen i en vertikal tråd.

Jeg har til nå beskrevet sentrale kjennetegn ved Twitter som et medium. Men for å skjønne dette mediets «message» er det viktig å forstå Twitter som et sosialt digitalt medium, og dernest hva som gjør det til et spesifikt sosialt digitalt medium. Hva slags medium og hva slags

«message» er de vi har med å gjøre? Å kunne dykke under overflaten på mediet vil også gjøre det mulig å finne ut hvilke mediale betingelser som påvirker tekst, essay og formidling.

2.1.2 Et digitalt sosialt medium

Med «the medium is the message» etablerte McLuhan ideen om den samfunnsmessige påvirkningen som visse medier har som et fenomen i seg selv, til forskjell fra hvordan mediet ble konkret tatt i bruk av individer og grupper (Hansen, 2010, s. 175). Som nevnt tidligere i innledningen, er hans teori at mediet i seg selv påvirker den meldingen den skal kommunisere, ved at mediet selv har en «message». McLuhan argumenterer for at et vidett brukt medium påvirker opplevelsen av det som blir formidlet på et helt annet nivå enn bare at det brukes til å få noe formidlet (Hansen, 2010, s. 175). Påvirkningen vil blant annet medføre at endringer skjer i måten vi både prosesserer og konsumerer den informasjonen (Hansen, 2010, s. 175). McLuhans medieforståelse er i denne forbindelsen viktig fordi den nettopp sier noe om *hvorfor* det er viktig å se på mediet i twitteressay som sjanger. Fra et McLuhansk synspunkt, vil det å undersøke sjangeren blant annet innebære å se på hvordan mediet presenterer innholdet, og hvordan vi forholder oss til innholdet som følge av mediet det presenteres i.

I den forlengelsen er det også viktig å få med det McLuhan mente med at medier også er «the extensions of man» (McLuhan, 1964, s. 7). Medier skapes for å brukes til noe av mennesker som en form for forlengelse av oss, men de utvikles også ved bruk. I det siste ligger det at mediet endrer seg som følge av at mennesker utvikler bruken av mediet. Et medium er skapt av mennesker, og vil ha begrensninger laget av mennesker. Men noe menneskeskapt er ikke nødvendigvis noe som derfor får sin eneste og unike form idet den skapes: medier endres seg og utvikler seg. Tegnbegrensningen for tweets på Twitter er et eksempel på dette, både i form av illusjonen den gir av absolutt begrensning, men også i at tegnbegrensningen har endret seg over tid fra 140 tegn til 280 tegn. Mens dette primært var en endring gjort av de som drifter mediet, finnes det også eksempler der nye bruksområder kommer til på bakgrunn av selve brukerne av mediet. Et eksempel på dette er nettopp det å begynne å lenke tweets sammen for å kunne publisere lengre ytringer. Slike endringer kan også være med på å endre Twitter på et større plan, gjennom hvordan brukere forholder seg til innholdet når innholdet også er lengre tekster og ikke bare korte konsentrerte ytringer og konversasjon. Samtidig kan en slik endring være et utslag av Twitters «message». Det er vanskelig å se hva som kommer først. Men her ser vi først og fremst hvordan mediets «message» også endrer seg på bakgrunn av endring i bruk. Brukerne selv skapte tråden og utviklet Twitter fra tweet til tråd. Dette henger sammen

med at Twitter også er et digitalt medium som kjennetegnes av at det lettere kan endres enn tradisjonelle medier. Grunnen til dette finner vi i *The Logic of New Media* av Manovich (2001), som er et vellykket forsøk på å definere hva som er nytt med nye – eller digitale – medier.

Digitale mediers logikk

Manovich er viktig i sammenheng med McLuhan, Twitter og twitteressay som sjanger, nettopp fordi han sier noe om hvordan mediet lettere kan endres nå enn før. Manovich (2001) viser til fire underliggende prinsipper som skiller digitale medier fra tradisjonelle medier: For det første består digitale objekter på mediene av mange elementer som er satt sammen på en spesifikk måte, men som like lett kan settes sammen på andre måter. Dette er modularitetsprinsippet (Manovich, 2001, s. 49). For det andre er mediet bygget opp av kode, som Manovich kaller numerisk representasjon (Manovich, 2001, s. 50). For det tredje er flere operasjoner automatiserte som følge av de to foregående (Manovich, 2001, s. 53). For det fjerde kjennetegnes digitale medier av en variabilitet, også som følge av de to prinsippene (Manovich, 2001, s. 55). I praksis betyr det at noe ikke er fiksert og satt i sten, men at det kan eksistere i flere, om ikke uendelige flere versjoner (Manovich, 2001, s. 55).

Denne *logic of new media*, som Manovich kaller det, finner vi igjen i måten Twitter blir en unik versjon for hver bruker, og at en nyhetsstrøm aldri er lik en annen nyhetsstrøm. Automatiserte operasjoner gjør at tweets automatisk får den formen de får, og gir mulighet for at tweetens automatiserte innhold kan endres ettersom andre brukere interagerer med tweeten, i betydning at den for eksempel kan oppgi med en gang noen har likt tweeten. Til tross for stor variabilitet og automatisering, er det samtidig visse ting som har relativt faste rammer på mediet fremdeles, og dette er gjerne måten en bruker kan produsere noe på og måten en bruker kan interagere med noe på med et digitalt objekt. En tweet er et slikt digitalt objekt, og består av flere mindre enheter som sammen utgjør en tweet, men hvor det er begrenset hvilken av delene en bruker faktisk kan endre. Også tekstelementet, det en bruker kan produsere, har en tegnbegrensning. Slik sett medierer mediet hvordan vi kan være i interaksjon med hverandre, og dette tar oss videre til Hansens definisjon av digitale medier.

Mange-til-mange-koblingen – på vei mot det sosiale digitale mediet

Mens Manovich fokuserer veldig mye på hva mediene er bygget opp av, fokuserer Hansen på hvordan det i forlengelsen skiller digitale medier fra mer tradisjonelle medier. Hansen blir derfor også viktig for å forstå nærmere hva Twitter er som et digitalt medium og hva det har å si for Twitters «message».

Hansen skriver at det som skiller digitale medier fra tradisjonelle medier, er at disse nye digitale mediene har endret forholdene for produksjon av det opplevde (Hansen, 2010, s. 173). Det de har til felles med de tradisjonelle mediene er å introdusere nye former for opplevelse som utfordrer det som allerede er kjent (Hansen, 2010, s. 174). Men i tillegg til å mediere innhold kan medier også mediere de tekniske forholdene som gjør det mulig å oppleve – eller motta – innholdet. Hansen snakker om dette som en *trancendental tecnicity* (Hansen, 2010, s. 180). Som eksempel på dette trekker Hansen frem sosiale medier: ved å ta i bruk mange-til-mange-koblingen som blir lagt til rette for av internett, har det gjort at fokuset på brukergenerert innhold heller ligger på produksjon enn innhold (Hansen, 2010, s. 180), og i produksjonen ligger nettopp medieringen av at man er koblet til andre i et nettverk. Mediene medierer derfor opplevelsen av å være koblet til andre, samt muligheten til å kobles til kjempestore mange-til-mange-nettverk. Som Hansen skriver: «media today mediates the conditions of mediation» (Hansen, 2010, s. 181). Dette gjør at det som medieres ikke bare er innholdet, men også en *connectivity* (Hansen, 2010, s. 180). Med *connectivity* mener Hansen muligheten til å nå frem til andre og oppleve andre i (digital) nærhet til deg selv. I forlengelsen av dette betyr det at produksjonsmulighetenes medieres, altså måten man er koblet til andre, og at man faktisk er i et opplevd nettverk til en myriade av andre brukere. Digitale medier medierer nye muligheter for kontakt som individer kan ha bare ved å legge igjen spor av seg selv i nettverket (Hansen, 2010, s. 181).

Og det er denne endringen som gjør at nye digitale medier skiller seg fra mer tradisjonelle medier. Twitter som et digitalt sosialt medium har dette som et sentralt trekk ved seg, og denne *connectivity* blir derfor en del av det som skaper Twitters «message» som også blir å finne i sjangeren twitteressay. Twitter medierer ikke bare innhold, men også muligheten til å være i kontakt. Dette er for eksempel å betinge mulighetene man har for å være *connected*. På Twitter betyr det for eksempel muligheten man har til å sende noe videre til andre, og muligheten for å være i direkte kontakt med avsender av et innhold ved å kunne sende innhold tilbake, selv om man ikke er i fysisk nærhet eller synkronisert tidsmessig.

Hvordan er dette forskjellige fra for eksempel bokmedier? Ett eksempel er et essay mediert gjennom papir og trykket tekst i en bok. Det er ingen eksplisitt og direkte måte at papiret, teksten eller boka kan mediere en sammenbinding mellom forfatter og leser av essayet på det papiret. På Twitter derimot vil det samme essayet som digital tekst mediert gjennom mediet også være på et medium som medierer en kontakt mellom sender og mottager, mellom forfatter og leser, samtidig. Dette vil også være rimelig å anta påvirker det som medieres også, men det

viktigste her er at det *kan*. For som Hansen understreker: «it mediates, in short, the new capacities for making contact that individuals acquire simply by distributing (traces of) themselves on many-to-many computational networks» (Hansen, 2010, s. 181). Dette betyr at det også finnes muligheter der det ikke kan skje, eller at mediet begrenser hvilke muligheter som kan skje.

Digitale medier kan derfor sies å oftere ha en tendens til å bli sosiale medier fordi de kan være en del av et nettverk og aktivt legger til rette for dette gjennom mulighetene brukere har til å bruke mediet. Men et digitalt medium kan også bare være en annen versjon av et massemedium, hvor den tradisjonelle en-til-mange-kommunikasjonen skjer. Hansen fokuserer derfor på at digitale medier har denne mange-til-mange-kommunikasjonen som en mulighet, selv om det ikke betyr at den må realiseres. Det er denne muligheten som gjør at digitale medier kan skille seg fra andre tradisjonelle medier.

Uansett kan man på denne måten si at i nye digitale medier er ikke medier bare «extensions of man», men du som en *extended digital self* eksisterer som del i et nettverk, og opplever derfor en forbindelse til andre som krystalliserer seg i en digital nærhet hvor mediet også gir deg bestemte muligheter for å interagere med andre. Å interagere med andre er å være sosial, og dette bringer oss videre inn på hva man mener med sosial når man snakker om at et medium er sosialt. For mens Hansen skriver om det å være i nettverk med noen, skriver han ikke om hvordan dette eksplisitt kan gjøre at man kan kalle et medium et sosialt medium.

Det sosiale i det sosiale mediet

Til nå har jeg skrevet mye om Twitter som et sosialt medium uten å gå nærmere inn på hva som faktisk gjør det til et sosialt medium. Dette vil komme tydeligere fram ved å klargjøre hva man mener med begrepet «sosial» når man snakker om sosiale medier. Begrepet «sosial» kan bety mangt, og alle medier kan bli sett på som mer eller mindre sosiale. Eller, som Christian Fuchs skriver i *Social Media: A critical introduction*: «All computing systems, and therefore all web applications, as well as all forms of media can be considered as social because they store and transmit human knowledge that originates in social relations in society» (Fuchs, 2017, s. 7). Det er dog forskjellige måter å gjøre det på, for noen medier kan dette være en av delene som skjer, men ikke det karakteristiske ved mediet. Dette gjør at man kan diskutere hvor «sosialt» et sosialt medium er, eller hvor sentralt den sosiale delen av et medium er. Sosiale medier har altså visse sosiale aspekter som er fremtredende ved mediet. Dette betyr også at sosiale medier ikke nødvendigvis kan regnes som nye, eller er overlappende med

digitale medier. Som eksempel kan man vise til hvordan romerne brukte papyrusbiter som ble kopiert, delt og kommentert på. På bakgrunn av dette kan man med rimelighet si at sosiale medier er et minst 2000 gammelt konsept (Fuchs, 2017, s. 37). At medier er sosiale er derfor ikke noe nytt, men måten de er sosiale på som digitale medier er heller det som kan sies å være det nye.

Informasjon, kommunikasjon og samhandling er tre iboende og integrerte dimensjoner av det sosiale. Dette henter Fuchs fra teoretikeren Hofkirchner (Fuchs, 2017, s. 45). I henhold til medier betyr det at ethvert medium kan framtre som sosialt i en (eller flere) av disse formene, mens for det vi kaller sosiale medier i dag er dette integrert. Sosiale aspekter ved medier står i et symbiotisk forhold til den teknologiske delen av mediene. Nettverksteknologier, slik Manovich og Hansen snakker om digitale medier, er teknologier som gjør både informasjon, kommunikasjon og samhandling mulig på en gang (Fuchs, 2017, s. 45). Dette er et av tre kjennetegn ved sosiale medier. Det andre kjennetegnet er forekomsten av integrerte roller som gjør skillet mellom det private og det offentlige mer porøst (Fuchs, 2017, s. 45). Det er vanskelig å holde forskjellige sosiale sfærer adskilt, og dette gjør at alle rollene man har smelter sammen til en profil. Det tredje og siste kjennetegnet er en integrering og konvergens av kommunikasjon som skjer mye på grunn av de to foregående kjennetegnene. Dette gjør at det blir uendelig med måter et sosialt medium kan brukes på (Fuchs, 2017, s. 50 - 51). Nye medier som er sosiale er derfor intensiverte og eksplosivt sosiale fordi de tillater mer direkte produksjon og kommunikasjon mellom mennesker.

Til nå har jeg sett på hva Twitter som et digitalt og sosialt medium egentlig er, med det formål å kunne finne ut hvordan det skiller seg fra andre medier. Men det som har blitt utelatt er en god mediedefinisjon som kan gjøre det det enklere å forholde seg til mediet, og finne de mediale betingelsene ved Twitter som kan virke inn på tekst og sjanger. For i tillegg til å kunne si at Twitter er et digitalt sosialt medium, er det også et spesifikt medium som skiller seg fra andre digitale sosiale medier. Her kan Elleströms mediedefinisjon være til hjelp.

2.1.3 Elleström mediedefinisjon

Medium som et konsept strekker seg over flere nivåer med en tilhørende kompleksitet, og det er derfor ikke mulig å gjøre en enkel definerings (Elleström, 2010, s. 12). Elleström deler derfor konseptet medium i tre underkategorier: basale, kvalifiserende og tekniske medier. Tekniske medier er medier som realiserer de to førstnevnte og gjør dem håndgripelige (Elleström, 2010,

s. 12). Dette er for eksempel en smarttelefon eller en bok. Basale og kvalifiserende medier er abstrakte kategorier, og de handler henholdsvis om det perseptuelle og det konseptuelle (Elleström, 2010, s. 12). Det er særlig Elleströms kvalifiserende medier som vil være av relevans for forståelsen av Twitter som et medium. Med kvalifiserende medier mener Elleström (2010) medier som defineres hovedsakelig ut fra sine kvalifiserende aspekter, mens basale medier på den annen side, defineres hovedsakelig ut fra sine modaliteter. Modaliteter er mediene sine hjørnesteiner og er noe alle medier består av (Elleström, 2010, s. 15). Elleström hevder at det ikke er mulig å ta for seg et medialt uttrykk uten å inkludere modalitetene som del av mediet (Elleström, 2010, s. 15). Dette er modaliteter som er materielle, sensoriske, spatio-temporale eller semiotiske, og som utgjør både fysiske realiteter og er knyttet til menneskelige kognitive funksjoner (Elleström, 2010, s. 15 - 16). Forskjellige sammensetninger av slike modaliteter utgjør derfor et medium. Men det er de kvalifiserende aspektene som er avgjørende for om noe kan kalles et kvalifiserende medium (Elleström, 2010, s. 24), og det er disse som definerer Twitter.

Det kontekstuelle aspektet er det første av de to kvalifiserende aspektene. Dette aspektet har med opphav, avgrensning og bruk av mediet i en spesifikk historisk, kulturell og sosial kontekst å gjøre (Elleström, 2010, s. 24). I dette ligger det at historiske praksiser, diskurser og konvensjoner alle er med på å forme et medium. Hvordan det brukes er et eksempel på en karakteristikk som kan gjøre et medium til et kvalifiserende medium. For Twitter er det først og fremst dens karakteristikk av å inneha en offentlig diskurs og å være et sted der politikere, massemedier og allmenheten møtes, som også ble påpekt av Wikström (2017).

Det andre kvalifiserende aspektet er det operasjonelle aspektet, som inkluderer estetiske og kommunikative karakteristikker (Elleström, 2010, s. 25). Operasjonelle karakteristikker er de omstendigheter som gjør at lyd blir oppfattet som musikk, eller at bokstaver blir oppfattet som en tekst. Det handler om hvordan mediet ser ut, og hvordan det kommuniserer. For Twitter er den måten det digitale objektet tweet er satt sammen på en slik karakteristikk. Det er både det estetiske, og de mulighetene man har til å kommunisere med tweeten som gjør at dette objektet oppfattes som en tweet, og som videre er den formen som et budskap rammes inn i og er synlig for andre i strømmen. En annen måte å si dette på, er at nettopp i hvordan Twitter er et digitalt sosialt medium blir det operasjonelle aspektet, som igjen skiller det fra andre digitale sosiale medier. Twitter kjennetegnes videre av å være primært tekstbasert og at tweets har en tegnbegrensning. Ved å tweete inngår man i en en-til-mange-kommunikasjon, fordi det å poste en tweet er å publisere en tekst som med en gang blir tilgjengelig for et potensial av lesere.

Det samme gjelder med retweeting, uavhengig av hvor gammel tweeten er. Twitter har en heterokronisitet i det at den oppfordrer til samtidig interaksjon, men på samme tid er en-til-mange-strukturen og interaksjonsmuligheter som likes og retweets til stede, som oppfordrer til komposisjon av budskap for å kunne nå ut og deles.

Et annet trekk ved kvalifiserende medier som er relevant for oppgaven, er at de stadfester sine kvalifiserende aspekter når det oppstår forskjellige sjangre innad i mediet: «the qualities of qualified media become even more qualified, so to speak, when aspects of genre are involved; a genre might therefore be called a sub-medium» (Elleström, 2010, s. 29). Det betyr at Twitteressayet som sjanger kan sies å bli en del av det som gjør Twitter til Twitter.

Siden kvalifiserende medier defineres av sine kvalifiserende aspekter betyr det at det er disse som blir viktige å se på og ta utgangspunkt i for å forstå de mediale betingelsene for twitteressayet. Men samtidig er det også nødvendig å merke seg at Twitter som medium inneholder både andre kvalifiserende og basale medier, som realiseres gjennom tekniske medier. Hvis «the medium is the message» må jo dette bety at også disse mediene har sine «messages». Ved hjelp av Elleström kan vi imidlertid vite hvordan disse står i et intermedialt forhold med Twitter som et kvalifiserende medium.

Ut fra Elleström mediedefinisjon betyr det at når vi snakker om Twitter, så snakker vi om et kvalifisert medium som har andre kvalifiserende og basale medier i seg, og som realiseres på flere teknisk medium. Selv om det ikke er smarttelefonen, datamaskinen eller nettbrettet som skal vær utgangspunkt for oppgaven, er det allikevel viktig å nevne hvordan disse står i et forhold til Twitter. Noen kvalifiserende medier er fundamentalt knyttet til visse typer tekniske medier. Dette betyr at tekniske medier også er med på å forme de karakteristiske estetiske og kommunikative kvalitetene til kvalifiserende medier (Elleström, 2010, s. 33). Slik sett vil et kvalifiserende medium som realiseres på en smarttelefon bli påvirket av hvordan man bruker denne telefonen, og denne telefonen vil også som et medium ha en «message». Man kan for eksempel tenke seg at smarttelefonen som vi har med overalt og derfor gjør oss i stand til alltid å potensielt være i et nettverk med andre, uansett hvor vi fysisk er, også er med på å påvirke Twitter som medium. Samtidig har kvalifiserende medier oftest flere basale medier i seg som også er med på å forme det kvalifiserende mediet. Her er et eksempel den digitale teksten, som har andre attributter enn den trykte teksten. Elleströms definisjon gjør det også mulig å begrense hva hos Twitter som medium man trenger å forholde seg til i analysen av twitteressay som sjanger. Jeg skal nå gå nærmere inn på to karakteristikker ved Twitter som har særlig

betydning for tekst produsert i mediet, i tillegg til de som allerede er nevnt i forbindelse med de kvalifiserende aspektene.

Spesifikke paratekstuelle elementer som karakteristikk

Parateksten er det som gjør en tekst til en bok (Genette, 1997, s. 1), og det som gjør tekst til en tweet, en tråd og et twitteressay. Paratekst er et begrep som først ble lansert av Gerard Genette, og refererer til alle tekstlige elementer som følger med en tekst og som har innflytelse på hvordan teksten oppfattes og tolkes (Genette, 1997, s. 11). Genette skriver at paratekst er verbale og andre elementer som forfatterens navn, tittel, forord og illustrasjoner. Dette er elementer som står rundt teksten og på det vis utvider den ved at parateksten etablerer tekstens tilstedeværelse, mottagelse og konsumpsjon (Genette, 1997, s. 1). Parateksten er derfor ikke bare i seg selv definert som tekstlige objekter, men som praksiser, normer, kutyme og regler (Genette, 1997, s. 2). Dette kan for eksempel være tekst som bidrar til å skape tiltro til verdien av en hovedtekst. Når en paratekst oppgir antall likes og retweets en tweet har fått, vil den påvirke hvordan man oppfatter verdien av teksten i tweeten, fordi man påvirkes av både hvem som har interagert og antall som har interagert med teksten.

Genette deler videre paratekst inn i underkategoriene peritekst og epitekst. Mens peritekst har en klar forbindelse til teksten, er epitekster tekster om teksten. Peritekst er ikke en eksplisitt del av teksten, men kan være tittel, fotnoter, sidetall, innholdsfortegnelse, og lignende. Epiteksten på den annen side er plassert helt utenfor teksten (Genette, 1997, s. 344). Det vil si at det kan være snakk om en anmeldelse, en omtale eller en generell tekst om teksten. Dette skillet mellom epitekst og peritekst gjorde Genette med utgangspunkt i trykte bøker. Det gjør at det kan bli mer utfordrende å bruke disse begrepene på digitale tekster der dette skillet kanskje ikke er like tydelig, i hvert fall ikke på hva som er innad i teksten og hva som ligger utenfor. Selv om dette gjør det utfordrende å anvende begrepene på sosiale medier vil det allikevel være mulig å bruke begrepene, hvert fall hvis man legger vekt på den delen av definisjonen til Genette som legger vekt på at paratekster gjør noe. Dette betyr ikke nødvendigvis at det må være statiske.

Ser man på paratekster som praksiser som inviterer oss til å forholde oss til teksten på en bestemt måte er både navn på forfatter, profilbilde og interaksjonsfunksjonene i en tweet paratekst. Dette er epitekster utenfor teksten fordi de nettopp ligger utenfor det forfatteren har produsert, men visuelt står den rundt teksten. Behovet for å inkludere paratekstuelle elementer for en tekst kommer fra de som produserer teksten (Genette, 1997). I dette tilfellet

er det både forfatteren og mediet Twitter. I en tweet har forfatteren primært bare mulighet til å redigere selve det som utgjør den tegnbegrensede tekstdelen. Men forfatteren har også mulighet til å endre sitt navn et begrenset antall ganger innenfor et tidsintervall og endre sitt profilbilde et ubegrenset antall ganger. Twitter derimot produserer parateksten som står rundt automatisk. Mediet minimerer derfor muligheten for forfatterskapt peritekst, og setter selv automatiserte epitekster som leseren møter samtidig med teksten.

Profilbilde og brukernavn er visuelle markører som viser at en ny tekst har startet i en strøm eller tråd. Og sier derfor hvor man skal starte og hvor man skal stoppe å lese. Samtidig gir dette også autentisitet til det som skrives fordi det angir hvem teksten kommer fra. Genette hevder også at navn på forfatter er en av de viktigste paratekstuelle elementene, fordi det er en signatur som går god for teksten og sier noe om hvem som står ansvarlig for teksten (Genette, 1997, s. 45). På Twitter vil forfatterens navn også ha en annen funksjon, ved at den også er en lenke som kan sende deg til forfatterens profilside og gi mer informasjon om forfatteren.

Et annet paratekstelt element som forsterker autentisiteten i budskapet er andres interaksjon med teksten. På et digitalt medium som Twitter blir interaksjonsfunksjonene en form for automatisert praksis av mediet, som lagrer all informasjon om hva andre mener om teksten i tilknytning til teksten nærmest som en type protokollføring. Det betyr at disse funksjonene signaliserer at teksten er lest, og gir derfor autoritet til teksten. I forlengelsen betyr dette at i digitale sosiale medier muliggjør parateksten de måtene vi for eksempel kan dele eller gi respons til forfatter. Og dette har følger for hvordan andre møter teksten, på samme måte som sidetallet i en trykt bok gjør at vi leser i den gitt nummerert og bestemt rekkefølge.

Digital tekst

Digitale medie- og tekstkulturer utfordrer også vår forståelse av teksters grenser. Det er ikke lenger like klart hvor en tekst begynner og hvor den slutter, likeså mye som det er uklart å bestemme hva som er en del av selve twitteressayet, og hva som er utenfor. I tråd med Hansen skriver N. Katherine Hayles nærmere om hva man finner i de digitale mediene som man ikke tidligere har sett i like stor grad. Blant annet er det slik at praksiser i og med digitale media er brukerskapte og brukerdefinerte (Hayles, 2012, s. 18). Særlig relevant, som en følge av utviklingen av digitale medier, er endringer i både lesemåte og tekst. Ifølge Hayles er digital

tekst merkbart forskjellig fra trykket tekst, selv om det kan se likt ut (Hayles, 2012, s. 6). Forskjellen ligger i tekstens interne strukturer, funksjonaliteter og kommunikative muligheter, som blir gjort mulig gjennom programmerbare og nettverkskoblede maskiner (Hayles, 2012, s. 6). Mediet forandrer derfor teksten ved å gi den nye attributter. Dette gjør at teksten for eksempel kan deles videre, kopieres, bli en del av noe nytt, settes sammen på flere forskjellige måter, være dynamisk og være linkbar. Samtidig har den digitale tekst modaliteter som ikke er i trykket tekst. Trykket tekst som medieres gir lesere mulighet til både å føle og se de fysiske dimensjonene til tekstens lengde. Papirets materiale gir fysiske, taktile og spatio-temporale oppfatninger av tekstens lengde. Digitale tekster på den annen side påvirkes av ting som tekststørrelse, skjermopløsning og skjermlys. Dette er knyttet til det tekniske mediet det realiseres på: modalitetene som den digitale teksten innehar vil derfor også påvirke medieringen. Dette betyr at også basale medier påvirker teksten på et kvalifiserende medium. Selv om dette ikke er fokusområdet for denne oppgaven, er det viktig å anerkjenne mediernes intermediale forhold til hverandre innenfor medieringen som skjer.

2.1.4 Secondary literacy

Twitter er definert som et tekst-basert medium. Men et fruktbart spørsmål å stille er om hvordan det muntlige og det tekstlige kommer til syne i teksten som medieres. I sin avhandling om aspekter ved tale og skriving på Twitter («*i tweet like i talk*»), undersøker Peter Wikström hvordan forholdet mellom det muntlige og det skriftlige blir omformet og reforhandlet på sosiale (og digitale) medier (Wikström, 2017, s. 1). Wikströms påstand er at «talk-like tweeting» remedierer tilstedeværelse og legemliggjøring, og gjør at dette kommer mer frem enn en fullverdig skriftlig uttrykksform (Wikström, 2017, s. i). Twitters remediering av tale er derfor en rekonfigurering av skriving (Wikström, 2017, s. 76). Denne rekonfigurering skaper en hybridisering av tale og tekst (Wikström, 2017, s. 96). Det muntlige i det skriftlige er derfor ekte, men virtuelt. Det virtuelle er ikke direkte håndgripelig, men det er ekte: når en twitterbruker opplever å høre stemmen til en annen brukers tweet, så er det snakk om en opplevelse av denne personens virtuelle stemme. Twitters diskurs er skriftlig på overflaten, men muntlig i det virtuelle som er å finne under «overflaten» (Wikström, 2017, s. 98). Oppsummert uttrykker Wikström det slik: «it is virtual speech, actualized in writing» (Wikström, 2017, s. 96).

Twitters diskurs kan derfor først og fremst bli sett på som «writtenlike» (Wikström, 2017, s. 73). Den er visuell, og diskursen inneholder diskrete enheter. Disse enhetene er klart definerte

tweets som inneholder bokstaver og andre typografiske tegn (Wikström, 2017, s. 73). Men Twitter fremkommer som et hybrid av det muntlige og skriftlige i form av heterosynkroniteten, gjennom at den smelter sammen det vedvarende og det øyeblikkelige. Teksten blir lagret, men Twitter tillater også real-time interaksjon som skaper en form for temporal øyeblikkelighet (Wikström, 2017, s. 73). Twitter er også hybrid gjennom å smelte sammen det personlige og det offentlige, og det improviserte og det planlagte (Wikström, 2017, s. 74). Dette betyr at tweets både kan være ytringer som fungerer som «interactional turns» i en konversasjonsutveksling, men kan også være tweets som fungerer som egne tekstlige produkter: planlagte, komponerte, en-til-mange monologiske tekster (Wikström, 2017, s. 74). Men der Wikström fokuserer på den konversasjonen og de korte ytringene som skapes på twitter, ser jeg på lengre tekster som produseres på det samme mediet, i de samme tweetformene. Det må derfor redegjøres for om det vil være en muntlighet i tilknytning til disse lengre tekstene, og i så fall hva slags type muntlighet. Hele dette henger sammen med en større diskusjon om vi befinner oss i en ny muntlighets- (eller skriftlighets-) æra. Avhengig av hvem man følger, befinner vi oss enten i en videreutviklet *digital orality* eller en *secondary literacy* – begge begreper fra Walter Ongs teori om muntlighet og skriftlighet. Felles er det at det er snakk om et nytt paradigme for kommunikasjon i det digitale. Mens Wikström finner sine tweets i en *digital orality*, finner jeg twitteressaytekstene i en *secondary literacy*. Felles er allikevel en muntlig temporalitet som ikke tidligere har vært forbundet med det skriftlige, som muliggjøres av de nye digitale mediene.

Walter Ongs teori om muntlighet og skriftlighet har et fokus på forholdet mellom menneskelig kommunikasjon, og karakteristikk ved typer samfunn som denne kommunikasjonen skaper (Stewart, 2016, s. 62). Ong har delt inn kommunikative æraer i menneskers liv i *primary orality*, *literacy*, og *secondary orality* (Stewart, 2016, s. 64). Literacy-æraen identifiserer Ong som en internalisering av tanke og utvikling av mer presise, utviklede muligheter for analyse, som tillot indeksisk tenkning og bevaring (Stewart, 2016, s. 64) *Secondary orality* blir annerledes enn *primary orality* fordi denne selvbevisstheten som literacy har skapt - denne indre opplevelsen av selvet - er til stede i muntligheten (Stewart, 2016, s. 64). *Secondary orality* er en muntlig diskurs som oppstår i litterære eller skriftlige kulturer. Den likner på *primary orality* gjennom «participatory mystique, its fostering of a communal sense, its concentration on the present moment, and even its use of formulas» (Ong, 1982, s. 136). *Secondary orality* trenger skriftlighet for å kunne eksistere, og kjennetegnes av at tekster blir lest høyt, at det er en høy grad av intensjon med tekstene som er skrevet for publikums ører,

og at narrativet holdes i teksten (Soffer, 2010, s. 396). Motivasjonen for det orale er å forbedre publikums opplevelse av mediet, høy grad a gruppesolidaritet, massepublikum og utfordret den stillelesende kulturen (Soffer, 2010, s. 396). Ong skrev om *secondary orality* som noe som var tilstede i massemedienes tid, der TV og radio regjerte, og der mediene medierte en form for en-til-mange-kommunikasjon. Muntligheten var her påvirket av eller kom ut fra skriftligheten. For noen er de nye digitale mediene kun en videreutvikling, men fortsatt en del av *secondary orality* (Soffer, 2010, s. 387), som for eksempel at det skriftlige blir lest høyt virtuelt, ved at man kan «høre» en annen stemme fremme teksten. For andre teoretikere, som Stewart, er det snakk om et nytt paradigme, en *secondary literacy*.

For Walter Ong eksisterer muntlighet isolert fra skriftlighet eller som underlagt skriftlighet. Men med de nye digitale mediene har det skjedd en endring som gjør det nødvendig å se på hvordan skriftlighet og muntlighet er integrert, ifølge Stewart (2016). Det har skjedd en form for sammensmeltning av muntlighet og skriftlighet som ikke før har vært til stede, og som igjen gir en ny tekstualitet til stede i mediet. I 1996 sa Ong i et intervju at det man så med den digitale tekst-kommunikasjonen ikke hadde noe direkte muntlighet i seg, men heller måtte kalles en *secondary literacy* (Stewart, 2016, s. 64). Det som kjennetegner *secondary literacy* er at skriftlige uttrykksmåter blir registrert som å ha den samme temporale umiddelbarhet som en muntlig meningsutveksling (Stewart, 2016, s. 64). For Stewart er det nettopp *denne secondary literacy* – som kjennetegnes av at det skriftlig oppleves med samme temporale umiddelbarhet som det muntlige – som man finner igjen på Twitter. Det er først og fremst Twitters flyktighet og umiddelbarhet som gjør at den oppfattes som muntlig. Denne umiddelbarheten forsterkes av tegnbegrensningen som gjør at ytringer forblir korte. Det gir en illusjon av dialog, konversasjon eller ytringer som kunne vært sagt høyt til noen. Her er det kun det at det skriftlige blir satt i en ny kontekst som før var forbeholdt det muntlige. Essayet som slekter på den muntlige overtalelse og oratoriske framførelse vil passe godt inn i en slik *literacy*.

Det det er snakk om er en ny konfigurering av det muntlige og skriftlige i tekstene som produseres, først og fremst i digitale sosiale medier. Walter Ong fokuserer på at visse typer av kommunikasjon skaper ulike samfunn, noe som kan sees sammen med McLuhans «medium is the message» ved at visse typer kommunikasjon også fordrer visse typer medier som igjen virker inn på et samfunnsmessig nivå. Eller man kan snu det på hodet: at visse typer bruk av medier er med på å fremme visse typer kommunikasjon, som igjen skaper visse typer samfunn. Uansett hvordan man ser på det, er det allikevel slik at Twitter, som et medium, kjennetegnes

som følge av at det er et digitalt og sosialt medium, at det har en muntlig temporalitet i tilknytning til det skriftlig og tekstuelle som produseres og publiseres på mediet. Denne temporaliteten kommer til som følge av digitale mediers muligheter for å mediere «the conditions of mediations», som Hansen (2010) refererer til. Dette vil igjen sette nye mediale betingelser for tekst og sjanger, og ikke minst tekstuelle elementer som parateksten i den forlengelsen.

Walter Ong fokuserer på hvordan mediene kommuniserer, altså om det er primært skriftlig eller muntlig. Ved å koble det sammen med Marshall McLhuans «the medium is the message» kan en slike måte å tenke på innebære se om hvordan noe blir kommunisert på kan sies å påvirke et mediums «message». Det betyr at det kan være en distinkt forskjell i «messages» mellom medier som av mennesker brukes muntlig, skriftlig eller muntlig etter at den skriftlige æra har vært, og i forlengelsen digitale sosiale medier i dag: en skriftlighet med en muntlig temporalitet. Dette betyr at man kan si at det er en måte til som nye digitale sosiale medier skiller seg fra tradisjonelle medier på: at de er innenfor et paradigme hvor skriftligheten – og i forlengelsen tekstualiteten - har fått en muntlig temporalitet. Og denne skilnaden er en som kan settes sammen med at digitale mediers *connectivity* som nettverksbaserte medier har gjort mulig.

2.1.5 Twitters “message”

På bakgrunn av teorien presentert til nå er det mulig å klargjøre hva Twitters «message» er, med det formål å kunne ta med denne videre i analyse og drøfting av oppgavens problemstillinger. Twitters «message» er påvirket av både en *secondary literacy*, at det er et digitalt og sosialt medium med dertil generell trekk ved å være dette, og i tillegg mer spesifikke konvensjonelle og operasjonelle aspekter. For det første har man Twitters offentlighet, for det andre har man estetiske og kommunikative karakteristikk som krystalliserer seg i automatiserte paratekster, visse interaksjonsfunksjoner og en mulighet for å spre informasjon utenfor sine egne sfærer, som ikke er sammenlignbar på andre medier. Tweeten står som et av de essensielle byggeklossene mediet består av og som brukerne kommuniserer gjennom. En spesifikk konvensjonell karakteristikk er hvordan mediet har endret seg fra korte ytringer og konsentrert informasjon, til å også inneholde lengre tekster og er derfor også på vei til å bli et sted hvor velbegrunnede og utarbeidede ytringer også er å finne. Det siste viser også hvordan brukere selv har endret mediet, og mediets «message».

Twitter er derfor en utvidelse av vår stemme, og gir mulighet til å si noe som del av en offentlighet, som igjen gir mulighet til å føle en *connectedness* med det å være i et nettverk med andre. Twitters «message» er derfor at (fordi det er en offentlig plass) gjelder det å være der. Er du der har du noe du skulle si (fordi man oppfordrer til produksjon av meninger, og mediet medierer selve produksjonen). Å formidle gjennom flere tweets gir mulighet for nyanser utover tegnbegrensing, og videre gjennom sjangeren twitteressay (en sjanger som vil overtale), og da er du mest sannsynligvis klok og har noe klokt å si. Hvordan det siste passer inn vil bli tydeligere når jeg nå skal ta for meg sjangeren essay, og i forlengelsen twitteressay.

2.2 DEL 2: Twitteressay som sjanger

Med inntoget og etablering av digitale medier har det dukket opp det som blir sett på som nye sjangre. Dette kan både være helt nye sjangre, men også eksisterende sjangre som kun egentlig er i en ny bekledning (Giltrow & Stein, 2009, s. 2). Denne oppgaven fokuserer på det som er en ny, men også emigrert og videreutviklet sjanger; twitteressayet. Ny i betydning at denne sjangeren ikke har eksistert før, men videreutviklet i betydning at den har oppstått på bakgrunn av at essaysjangeren slik vi kjenner den har emigrert over på et (digitalt) sosialt medium. Det er derfor ikke snakk om et essay som er publisert på nett, i en nettavis, men heller snakk om en videreutviklet versjon av essayet som har endret seg som følge av mediale betingelser som er tilknyttet Twitter som medium.

Twitteressay er en sjanger som eksisterer på det sosiale mediet Twitter. De kjennetegnes av å eksistere som tråder (lenkede tweets), hvor flere tekstavsnitt er koblet sammen med det formålet å fremstå som en formidlende tekst, der forfatter enten implisitt eller eksplisitt har som mål å overtale leserne. Teorien som følger vil underbygge påstanden om twitteressays som en egen sjanger, og som en videreutviklet versjon av essaysjangeren som bare kan eksistere på mediet Twitter, fordi mediale betingelser inngår i selve sjangeren. Twitteressayet glir inn i den sosiale diskursen som en av flere typer sjangre som kan tas i bruk for å produsere et innhold tilpasset Twitters egne bruksnormer.

Digitale sjangre og sjangerteori

Internettsjangre, som twitteressayet, er forskjellige fra både andre skriftlige og andre muntlige sjangre. Dette er fordi internett tilgjengeliggjør en ny form for kommunikatív setting, som på mange måter kan sies å korrespondere med det Stewart (2016) kaller for *secondary literacy*.

Men også i forlengelsen av den *connectivity* som Hansen skriver om (2010), idet mediet som sjangeren er på medier er en slik måte å være i nettverk på. Disse settingene har en effekt på sjangre, sjangerutvikling og tilblivelse (Giltrow & Stein, 2009, s. 9). Giltrow & Stein (2009) trekker frem flere sentrale spørsmål innenfor sjangerteori som dette har skapt: Om det er mulig for en sjanger å emigrere fra skrift eller tale til internett, om hvor mye som kan bli endret for at en sjanger allikevel skal holde på sin identitet som en spesifikk sjanger, om det er mulig å ha en sjangerstabilitet ved endring av medium, og om sjangre på internett har visse kjennetegn som tradisjonelle sjangre ikke har. Innenfor det siste spørsmålet kan man igjen spørre hvilke forhold de nye sjangrene har til eldre sjangre (Giltrow & Stein, 2009, s. 9). Dette passer også inn i ny-retorisk sjangerteori som nettopp er opptatt av at sjangre hele tiden er i utvikling.

Som forfatter ytrer vi oss gjennom å på forhånd ha en forestilling om sjangeren vi ytrer oss innenfor. Alle ytringer er karakteriserte av sitt tematiske innhold og valg av språklige virkemidler, og sjangre er først og fremst definert ved talesubjektets oppgave eller plan (Bakhtin, 1998, s. 27). Sjangre bestemmer altså hvordan ytringen blir bygd opp, men *hvorfor* man som forfatter velger en sjanger over en annen har med adressivitet å gjøre. Tekstens adressivitet definerer derfor sjangeren (Bakhtin, 1998, s. 54). Twitteressayets adressivitet deler samme adressivitet som essayet: et ønske om å implisitt eller eksplisitt overtale den lesende. Dette vil jeg komme tilbake til i neste kapittel om essaysjangeren, men først er det nødvendig å gå nærmere inn på hva en sjanger er.

Akkurat som å undersøke et medium krever en definisjon av hva et medium er, krever det å undersøke en sjanger at man ser på hva definisjonen av sjanger er, og hvordan forstå sjangre. Oppgaven jobber ut fra et ny-retorisk perspektiv på sjanger, hvor sjanger både er i endring, men samtidig stabile nok til å brukes. Sjangre er derfor dynamiske former vi støper våre ytringer i. Dette har ført til Catherine Schryers definisjon av sjanger som «stabilized-for-now or stabilized-enough sites» (Bawarshi & Reiff, 2010, s. 79). Det at de er stabilisert nok gjør det også mulig å studere dem, samtidig som man anerkjenner at man vil finne varianter både innenfor sjangeren og på vei vekk fra sjangeren. Det at sjangre er i endring betyr at de responderer på historiske forhold og forutsetninger (Thomson, 1984, s. 39). Forhold og vilkår for bruk endres som følge av materielle forhold, endringer i hvem som deltar i feltet der sjangeren brukes, teknologi, verdier og lignende (Bawarshi & Reiff, 2010, s. 79). Medier må kunne sies å være nettopp del av, om ikke også i seg selv, en betydelig historisk *force majeure*. Dette passer med et medieteoretisk perspektiv hvor man nettopp undersøker hvordan og på hvilken måte medier påvirker og bidrar til forandring. I forlengelsen; at sjangre endrer seg på

bakgrunn av mediets «message», samtidig som at utvikling av en ny sjanger på et medium også kan bidra til å endre nettopp mediets «message».

Å vite hvilken sjanger man er i eller står ovenfor, vil for en leser bli klargjort ved hjelp av for-signaler. Man kan derfor si at sjangre medierer sitt innhold. Slike for-signaler kan sammenlignes med paratekstuelle elementer slik Genette snakker om dem. En avis-del gir kontekst til hva man vil finne av typer tekster akkurat i denne delen av avisen. Pre-signaler kan befinne seg flere steder, men deres viktigste oppgave er å fungere som del av konteksten. De instruerer leseren i å slå på spesifikke prosesseringsstrategier og kunnskapstyper (Giltrow & Stein, 2009, s. 5). På Twitter vil for eksempel det paratekstuelle elementet «Tråd», som står øverst i en lenke med lenkede tweets gi signaler til dette kan være et twitteressay.

Sjanger reduserer kompleksitet og gir mulighet for kognitive fokuseringsstrategier fra leserens side (Giltrow & Stein, 2009, s. 6). Sjangerens praktiske funksjon i kommunikasjonsprosess er at den lager rammer for ytringenes (sannsynlige) meninger. Med bakgrunn i dette gir sjangre oss (som lesere) konseptuelle rammer for hvordan forutsi en teksts lengde, struktur, hvordan den skal slutte, og forberede oss på hvordan vi kan besvare teksten (Bawarshi & Reiff, 2010, s. 83). Når det kommer til slike pre-signaler som Giltrow & Stein skriver om er det nødvendig å presisere at internettsjanger virker som om de er mer funksjonelt definert enn tidligere sjangre, og det er få lingvistiske markører som kan kjennetegne en internettsjanger. Selv om lingvistisk form er del av en sjangers identitet, tradisjonelt sett, er det vanskeligere å finne dette i internettsjanger (Giltrow & Stein, 2009, s. 11). Dette passer uansett inn i en ny-retorisk sjangerteori der lingvistiske markører tradisjonelt sett ikke har blitt sett på som viktig, men at funksjonen til en sjanger er det viktigste. For det andre virker sjangre på nett å ha en større flyktighet og en større pragmatisk åpenhet. Sjangre utvikler fort undersjangre, og noen sjangre slutter å være sjangre. Et eksempel på det er chat som er et begrep som fanger opp en mengde helt forskjellige typer chatting (Giltrow & Stein, 2009, s. 9). Et annet eksempel vil være mail, som også fanger opp en mengde forskjellige typer mailing. Til sist er det også en høyere grad av teknologisk determinisme og en interkulturell konvergens av sjangrene på internett (Giltrow & Stein, 2009, s. 11). Med teknologisk determinisme menes at de teknologiske affordansene spiller betydelig inn på sjangeren. Men her virker det som Giltrow og Stein ikke bruker det i en absolutt betydning av det at det er deterministisk, men heller at teknologiske affordanser virker inn i mye større grad enn før.

Hvordan en sjanger vil overleve som immigrant avhenger mye av sjangeren som sosial funksjon. På digitale medier vil en sjanger møte interaktivitet, modularitet og andre konstruksjonsmuligheter. Giltrow og Steins konklusjon på bakgrunn av dette, er at en god hypotese må være at det er hva som er definisjonen av en bestemt sjangre, eller mer riktig hva som er dens form, som vil avgjøre om den kan migrere over i et nytt medialt miljø (Giltrow & Stein, 2009, s. 12 - 13). Essayet ser ut til å ha nettopp en slik (flyktig og lite konkret) form, som gjør at det møter lite motstand i sin transformasjon og utvikling over i det digitale og den nye kommunikative settingen.

2.2.2 Essayteori

«*At the heart of all essays is the idea of persuasion*” (Scholes & Klaus, 1969, s. 11)

Essayet har historisk sett vist en enorm tilpasningsevne, samtidig som det befinner seg i en medialt betinget forandring (Melberg, 2013, s. 16). Samtidig med at essayet har tilpasset seg gjennom årene har det det ekspandert i betydning at stadig flere tekster kalles essays (Melberg, 2013, s. 16). Dette betyr at både Montaignes *Essais* og studentskrevne tekster ment for vurdering av studentens forståelse av et tema blir omtalt som essays, og at både upersonlige og personlige essays er nettopp det; essays. Noen vil kanskje mene at en sjanger imploderer med en gang den rommer for mye, men der andre sjangre hviler tungt på form og det å være litterære objekter, hviler essayet på den handling som ligger i teksten. Det er dette som også gjøre at så mange forskjellige tekster blir kalt essays, og det er dette som kan være til hjelp når man først skal definere sjangeren.

Det er vanskelig å definere hva sjanger er, og desto vanskeligere å definere hva essay som sjanger er (Obaldia, 1995, s. 1). Men det at vi snakker om essay må bety at det finnes noe gjenkjennbart, selv om det har utviklet seg og er i utvikling hele tiden. Det er altså noe som heter essay som kan bli definert (Obaldia, 1995, s. 2). Paul Woolridge refererer til det samme problemet i sin tekst *Activist essayism*, hvor definisjon av essaysjangeren er noe som vil skape et problem for enhver som forsøker å definere sjangeren (Woolridge, 2012, s. 1).

Attributter som brukes om essays er at det er på vei et sted, de er spontane, korte, skeptiske, forklarende, subjektive, basert på erfaring og observasjon, konverserende, fragmentariske, elastiske, umetodiske og frie (Woolridge, 2012, s. 1). Disse beskrivelsene har allikevel en diffushet ved seg i å kommentere essayets form og som et litterært objekt, og som tidligere

nevnt kan slike beskrivelser favne utrolig bredt. Det er på bakgrunn av dette at Wooldrige ser det som mer fruktbart å se på hva tekstenes funksjon er. Et essay, sier Wooldrige, er en intellektuell handling som hviler på premisset om individuell handling (Wooldrige, 2012, s. 1). Derfor ligger den tett opptil ideen om den menneskelige aktiviteten å engasjere seg i omverdenen, som i vår samtid på mange måter bli sett på som en demokratisk plikt og en diskursivt ønsket adferd. Denne handlingen som ligger i essayet kaller Wooldrige (2012) for «activist essayism», og mener derfor at definisjonen av et essay - utenom at det er en litterær form - er at det i teksten ligger nettopp en «activist essayism» (Wooldrige, 2012, s. 1). Dette støttes også av Scholes og Klaus som i sin bok *The Elements of the Essay* skriver at noen tekster har som intensjon å være litterære objekter, som for eksempel diktet. Andre komponerte tekster, derimot, har som intensjon å være til bruk, enten ved å lære oss noe eller å overtale oss. Det sistnevnte er der vi vil finne essayet som sjanger (Scholes & Klaus, 1969, s. 1). Dette finner vi gehør for hos Wooldrige også: «the essay is not only an active form, in this respect, but also a mode of positioning discursive thought in a public sphere, a way of thinking publicly in a concrete discourse community» (Wooldrige, 2012, s. 2). Dette utelukker ikke at essays også kan fremstå med intensjon om å være litterære objekter (slik Wooldrige også ser det som), men at de som oftest og hovedsakelig har som intensjon å være til bruk. For å parafasere Scholes og Klaus, er alle essay på et vis overtalende fordi de er måter å se på noe på, i motsetning til en ting i seg selv (Scholes & Klaus, 1969, s. 4). Obaldias redegjørelse for essayet ender også opp på samme sted: i sin reneste form er essayet et argument, og det er dette som er essayets essensielle kvalitet (Obaldia, 1995, s. 5). Innholdet i essayet er en ide som essayisten har bundet seg til å fortelle sannheten om. Derfor vil også det estetiske bli underordnet (Obaldia, 1995, s. 5).

Scholes og Klaus trekker essaysjangeren tilbake til det å overtale, og den muntlige oratoriske tradisjonen for dette i gresk og romersk retorikk. Det er fra denne tradisjonen at essayet arver sine overtalende teknikker (Scholes & Klaus, 1969, s. 6): « [...] all public speakers are alike in that they are seeking to bring an audience around to their point of view on a subject», skriver Scholes & Klaus (1969, s. 5). Uansett hvor mye essayet utvikler seg er det dette det slekter på, enten eksplisitt eller implisitt i teksten. Men en viktig forskjell er at essayet ikke er overtalende på samme måte slikt en formell og muntlig tale er. Forskjellen ligger i at leseren er alene, selv om han kan være del av gruppen som blir adressert. Som leser kan man stoppe og lese om igjen, eller stoppe for å tenke og sammenligne. Derfor blir leserrollen, med en gang det er snakk om en tekst, annerledes enn rollen man har som en som hører på en oratorisk framførelse

(Scholes & Klaus, 1969, s. 7). Men samtidig innehar digital medier en ny setting, hvor det skrevne får muntlighetens temporalitet. Dette kan gjøre at man kan argumentere for at en syntese av disse to måtene å drive overtalelse på vil finnes igjen i twitteressayet.

Activist essayism, som Woolridge (2012) definerte som den handlingen som definerte essayet, er å komme fram til noe selv og så prøve å etablere dette gjennom en serie strategiske retoriske talemåter eller formuleringer for overtalelse, som brukes for å vinne anerkjennelse fra publikum (leserne), uansett om publikum er en leser eller et offentlig forum (Woolridge, 2012, s. 1). Det er hvilke strategier for å appellere og vinne publikum som gjør at essayet splintrer inn i flere former og underformer, og som også er med på å skape en utvikling av sjangeren (Woolridge, 2012, s. 2). For eksempel vil den type essay som av Scholes og Klaus (1969) defineres som det overtalende essay inneholde en mengde retoriske grep for å overtale. Dette er retoriske grep som analogier, statistiske bevis, ekspertuttalelser og andre ikke-litterære strategier. Som de skriver: «an essay is the most essayistic when it comes to us as an argument, an explicit argument to persuade, in which the author addresses us directly, much as any public speaker would address an audience» (Scholes & Klaus, 1969, s. 83). Dette er skrevet med det skrevne og trykte essay I minne. Med twitteressay som en tungt medialt betinget sjanger av mediet Twitter, kan man også argumentere for at overtalelsen vil også ligge i mediet selv, eller at mediet vil bidra til en slik overtalelse i den form den tar.

Essayistisk aktivisme i sin mest eksplisitte form er det som kan kalles det overtalende essay, men overtalingen ligger også i de narrative, det dramatiske og det meditative essay som er andre typer essay som Scholes og Klaus definerer (Woolridge, 2012, s. 2). Det som imidlertid definerer det narrative essay, er at det i tillegg til å være overtalende og hvordan det er, også inneholder elementer som man finner igjen i for eksempel sjangre som eventyr og fortellinger (Woolridge, 2012, s. 2). Essayet kan derfor være poetisk, dramatisk og ha et narrativ i tillegg til å være essayistisk (Scholes & Klaus, 1969, s. 4). Jo lengre essayet er, jo mer sannsynlig er det at essayet vil inneholde en kombinasjon av de ulike typene, i stedet for å for eksempel være et rent eksplisitt overtalende essay (Scholes & Klaus, 1969, s. 85).

Internett kan virke som et ideelt medium for den kombinasjon av distanse og deltagelse som alltid har kjennetegnet essayisten, skriver Arne Melberg i et essay om essayet (Melberg, 2013, s. 477). Essayet forutsetter nemlig en distanse til verden, men den handler samtidig om et her og nå (Melberg, 2013, s. 435). Uansett hvor mye forfatteren distanserer seg og reflekterer, holder hun seg nemlig til virkeligheten og verner om denne (Melberg, 2013, s. 478 – 479). På

denne måten skiller essayet seg fra å kun være et litterært objekt, det er også – slik Scholes og Klaus poengterer – en handlende tekst. Videre poengterer Melberg at «essayet er til gjengjeld et virkelighetsarbeid; det kan nærme seg kunsten og kommentere kunsten, men det erstatter ikke kunsten. Den erstatter heller ikke vitenskapen» (Melberg, 2013, s. 479).

2.3 Oppsummering

Hva er et twitteressay? Hva har skjedd når essayet har emigrert over på Twitter? Hvordan egner denne sjangeren seg til forsknings- og kunnskapsformidling? Disse spørsmålene skal dette teoretiske rammeverket kunne være til hjelp for å besvare, når jeg nå videre skal se nærmere på fire twitteressays, for så å drøfte twitteressay som sjanger. Når sant skal sies, har jeg allerede i teorikapitlet definert kort hva et twitteressay er, men en mer dyptgående redegjørelse for *hvordan* de mediale betingelsene virker inn på twitteressayet vil gi et mye bedre svar. Jeg er her på jakt etter et svar som ikke kan bli publisert i kun en tweet, men et svar som er dyptgående nok til å kunne bli publisert i nettopp et twitteressay.

Twitteressay er en mediespesifikk sjanger. Det er derfor viktig å kalle det twitteressay og ikke essay, nettopp fordi jeg i denne oppgaven opererer med en medieforståelse av sjangeren, med utgangspunkt i McLuhans «the medium is the message». I teorikapitlet har jeg gått nærmere inn på hva slags medium Twitter er og hvordan dette er med på å gi mediet en «message». Ved å se på trekk ved det som gjør det digitalt, sosialt og i tillegg inneha spesifikke kvalifiserende aspekter ved seg, har jeg kunnet finne fram til de betingelsene ved mediet som legger betingelser for tekst, essay og formidling. På bakgrunn av dette vil det være nødvendig å se visse aspekter ved twitteressayet og Twitter som medium i den videre analysen av de utvalgte tekstene.

I analysen vil jeg ta utgangspunkt i de karakteristikkene som kjennetegner Twitter som et kvalifiserende (digitalt og sosialt) medium, og videre se på hvordan disse – som det som skaper twitters «message» – er med på å påvirke sjangerens form, funksjon og innhold. Dette er blant annet i første omgang tegnbegrensningen, tweet som et digitalt objekt med paratekstuelle elementer, og måten mediet medierer og gjør mulig sin *connectivity*. Mediet på den måten det befinner seg i en *secondary literacy* vil også være viktig, i tillegg til det hybridiserte ved Twitter som kommer frem i blant annet en heterokronisitet og en kombinasjon av planlagthet og improvisasjon. Dette kan summeres opp i at analysen vil se på hvordan mediet presenterer innholdet.

For å se på hvordan sjangeren kan fungere som en formidlingssjanger, vil det være nødvendig å se på hvordan essayet kommer til syne i sin overtalende form. Videre kan det være nødvendig å se på hvordan dette spiller sammen med mediets «message» og aspekter som er med på å skape dets «message», som for eksempel ved at Twitter har en offentlig diskurs og mulighetene for spredning utenfor egen sfære i form av blant annet retweets. Også her vil sjangeren slik den eksisterer i en *secondary literacy* være viktig, i tillegg til mediets hybridiserte form som gir utslag i at det private og det offentlig smelter sammen. Dette kan summeres opp i at analysen vil se på hvordan man forholder seg til innholdet.

3. Analyse: Trump, Marx og kvinnedrap – 4 twitteressays

I dette kapitlet følger analyser av fire forskjellige twitteressays. Det første er et twitteressay som har gått viralt uten at forfatteren er relativt kjent. Det andre twitteressayet er valgt ut fra et større utvalg som samme forfatter har produsert og representerer derfor et eksempel fra en forfatter som har skrevet mange slike tekster. Begge disse er skrevet og publisert før de store tråd-endringene til Twitter høsten 2017. Det tredje og fjerde er skrevet etter denne endringen. Det tredje er skrevet med det formål å være ett innspill til den internasjonale kvinnedagen og knyttet opp til en emneknagg. Det fjerde er skrevet av en kjent professor og forsker. Alle forfattere har bakgrunn fra humaniora og alle tekstene er eksempler på hvordan de har brukt sjangeren for å formidle enten egen forskning eller kunnskap fra sitt fagfelt og fagekspertise.

3.1 “Just joking”

Det første twitteressayet jeg skal se nærmere på er et twitteressay skrevet og publisert av Jason P. Steed, med brukernavnet @5thCircAppeals. Jason P. Steed er en tidligere professor i engelsk. Essayet er basert på hans egen avhandling om bruk av humor i litteratur og film. Bakgrunnen for publiseringen av essayet er hendelsen der Donald Trump hadde svart at han var «just joking» med sine kontroversielle utsagn om at man burde myrde Hillary Clinton. Temaet i teksten er hva det egentlig innebærer å si «just joking» etter at man har sagt noe som kan tolkes som kontroversielt. Som formål har teksten å opplyse, være informativ og formidlende. Essayet ble publisert tråd-form på Twitter den 9. august 2016. På dette tidspunktet var Twitters tegnbegrensning for innhold i tweets fortsatt 140 tegn, og den automatiske merkingen av at noe var en «tråd» var ikke blitt innlemmet i Twitters grenseflate. Det var heller ikke mulig for forfatter å produsere sitt twitteressay ved å bruke malen for å skrive en tråd. Det betyr at Steed lagde denne lenkede tråden manuelt ved å svare på sine egne tweets. Essayet fikk mye oppmerksomhet og ble omtalt på nyhetssider som vox.com, dailymail.com, mashable.com, med flere. På mange måter kan man si at det gikk viralt, både i form av at det ble spredd og delt innad i mediet, men også at det ble omtalt og linket til i andre medier. Og at det fortsatt blir likt og retweetet, selv nesten 2 år etter det ble publisert.

3.1.1 Hva er tekst og hva er tråd?

Hvor lang må en tekst være for å kunne være et essay? Hvor mange ord gjør en tekst? Selv om dette også er interessante spørsmål å ta for seg, er spørsmålet om hva som inngår i twitteressayet et spørsmål som gjør seg mer gjeldende når man undersøker hva tråden til Steed inneholder. Dette har en bakgrunn i at det som utgjør en tråd er tweets, og disse har i kraft av å være tweets en fast oppbygning. Her vil svaret variere avhengig av hvilke faktorer man skal legge til grunn for å bestemme hva som inngår i et twitteressay. Bruker man forfatter som en måte å skille hva som inngår i twitteressay og ikke, kan man også si at kommentarer fra andre brukere ikke inngår i selve teksten. Teksten er altså kun den lineære lenkede rekken med tweets forfatteren selv har publisert. Ser man på tidspunktet det ble publisert som avgjørende faktor består tråden av 23 tweets. Steed har senere lagt til to tweets i tråden slik at tråden består av totalt 25 tweets. Disse er lagt til henholdsvis 23. mars 2017 og 21. mars 2018. Steed har selv markert «PS» foran resten av teksten i tweeten som er publisert 21. mars 2018 (Steed, 2018). Dette er noe som kan brukes litterært i slutten av en tekst for å være et informasjonstillegg til det som er skrevet tidligere. Dette kan derfor tale til fordel for at det tilhører essayet, selv om det er lagt til nesten 1 ½ år senere. Siden det ikke er noe annet enn tidspunkt for innlegg som skiller de 23 første tweetene og denne, er dette også et eksempel på at man i den digitale skriftkulturen får et problem ved å definere hvor tekster starter og begynner. Her taler de visuelle virkemidlene – som den blå streken og det paratekstuelle elementet «Tråd» øverst – som automatisk genereres av Twitter for å vise at alt henger sammen for en ting, men tiden for publisering sier for noe annet. Forfatterens bruk av det litterære virkemiddelet «PS» taler igjen for at det som allikevel er lagt til i så lang tid etter skal være en del av essayet. Her kan «PS» imidlertid indikere at teksten er såpass planlagt og komponert fra før at det er vanskelig å bare fortsette i det uendelige. Forfatteren har hatt en planlagt slutt på sin tekst, som også indikeres av at han uttrykker dette med et summa summarum-uttrykk: «bottom line» (Steed, 2016). Det er begrenset hvordan man derfor kan fortsette på teksten, foruten å bruke de konvensjonelle litterære funksjonene som et «PS» er. Dette forsterkes også av at det ikke er mulig å redigere publiserte tweets, foruten å slette de, men å slette de betyr også at man bryter den lenkede tråden og at hele teksten vil gå i oppløsning.

I forlengelsen av dette kan man spørre seg om et twitteressay også består av alle kommentarene fra andre brukere slik at det blir et samkomponert verk. De eksisterer som samme type digitale objekter, og er lenket til Steed sine tweets. Siden Twitter er et medium med

interaksjonsfunksjoner og interaksjon er en så stor del av mediet, kan man da si at alt må sees som en stor flerstemmig og dialogisk tekst? Altså, kan man i det digitale se på teksten som noe som ekspanderer og eser ut som også inneholder andre brukeres supplementerende kommentarer? Dette kan kanskje motbevise av å se på hvordan andre forholder seg til twitteressayet. Som jeg senere skal gå inn på viser også andre brukeres interaksjon med teksten at de nettopp oppfatter det som en tekst. Både oppbygning og andre brukeres måte å forholde seg til teksten bygger derfor opp om twitteressays kan sees som en helhetlig tekst. Jeg skal derfor gå nærmere inn på oppbygningen av teksten som et naturlig videre steg i analysen.

3.1.2 Oppbygning av teksten

Det mest åpenbare kjennetegnet på denne teksten som et eksempel på et twitteressay, er at teksten er publisert på Twitter, og at den er oppdelt i korte avsnitt som inngår i en lenket rekke med tweets, det som kalles en tråd. Twitteressayet er, som nevnt tidligere, et eksempel på en sjanger som er sterkt knyttet til mediet det publiseres på. Derfor ville ikke denne teksten vært et twitteressay om den hadde vært publisert på et annet medium som for eksempel Facebook, som har andre kvalifiserende aspekter som skiller det fra Twitter. Et twitteressay er tilpasset mediet det publiseres på, og dette ser vi i hvordan teksten bygges opp når den må fordeles ut over flere tweets som lenkes sammen. I Steed sitt twitteressay har hver tweet et kort tekstavsnitt.

Den første tweeten inneholder en form for introduksjon hvor Steed starter med å skrive «1. I wrote my PhD dissertation on the social function of humor (in literature & film) and here's the thing about «just joking.»» (Steed, 2016). En slik åpning definerer fra starten av hva teksten skal handle om videre og klargjør derfor for leseren hva som skal komme. Siden det er et essay betyr det at denne underbyggelsen også har som hensikt å overtale leseren i løpet av teksten til å være enig i Steed sitt budskap. Steed bruker også seg selv som ekspert som et overtalende virkemiddel og teksten blir da på mange måter en ekspertuttalelse fra han selv. En måte han gjør dette på er blant annet å understreke tidlig i teksten at han nettopp har skrevet en avhandling om dette temaet. At dette er troverdig forsterkes av den informasjonen vi kan få tilgang til om han i hans twitterprofil, om man velger å klikke på navnet hans som også er en link til hans brukerprofil. I slutten av tråden har han også lagt ut en link til sin egen avhandling, som enda en måte å vise til seg selv som ekspert.

Tweet nummer to inneholder en påstand knyttet til den første tweeten og et argument for hvorfor den påstanden er sann. Her forklarer Steed at humor er en sosial handling. Deretter følger tweet tre til seks som forklarer hva en sosial handling er. Den sjuende og åttende tweeten forklarer hvordan humor som en sosial handling betyr at det har en etisk implikasjon. Tweet nummer ni til 12 eksemplifiserer ved å relatere det til rasistiske vitser. Tweet 13 gjentar hovedpoenget om at noe aldri er «just joking». Det er først i tweet 14 og 15 at dette knyttes eksplisitt til hendelsen med Trump, selv om man kan argumentere for at en implisitt tilknytning allerede gjøres til benevnningen av «just joking» i avsnittet i den første tweeten, særlig fordi den er satt i hermetegn. Det er derfor rimelig å anta at på den tiden det ble publisert ville det vært meget tydelig hva første tweet refererte til fordi de som leser det antas å ha Trump-sitatet friskt i minne. Dette er også noe å merke seg i forbindelse med hvorfor twitteressayet ble publisert. Dette essayet er på mange måter en kommentar til en aktuell hendelse, som er et konvensjonelt bruksområde for Twitter som sosialt medium. Det er et sted hvor man nettopp er opptatt av «hva som skjer» og å følge en sak er like mye å kommentere og være en del av saken (Murthy, 2013).

I tweet 16–19 trekker Steed sin påstand videre til at hvis man aksepterer ideen om «just joking» som er presentert, følger også videre teori om assimilering og fremmedgjøring. Tweet 20 og 21 presenterer et forbehold for hans påstand, og presenterer derfor konseptet humor som mer komplekst. Så langt har forfatteren ledet leserne fra påstand, argumentasjon, eksempel og hvordan det henger sammen med andre teorier, og nå vises det til at det også kan være mer komplekst. Steed presenterer derfor at det er visse forbehold som tillater andre tolkninger. I tweet 22 begrunner Steed hvorfor forbeholdet som tillater andre tolkninger ikke kan være gyldig for Trumps utsagn. Som retorisk grep kan dette sies å komme motargumenter i forkjøpet, altså at Steed skriver dette med et forestilt publikum. Tekstavsnittet i tweet 23 avslutter teksten med å introdusere «bottom line». Her presenterer Steed konklusjonen for hvordan man skal tolke Trumps utsagn om at han var «just joking», som følge av det som har blitt beskrevet i tekstavsnittene før. Teksten har derfor ut fra oppbygningen som har blitt tatt for seg til nå en klar start oppbygning og avslutning. Og dette er noe av argumentet for at man kan si at teksten går over 23 tweets, selv om tråden består av en lenke av 25 tweets av Steed. På mange måter påkaller oppbygningen i twitteressayet en akademisk argumenterende tekst og befinner seg nærmere det amerikanere kaller et «essay» i den akademiske tradisjonen. Dette gjør det mindre til et essay i forståelsen av essay som et litterært verk. Steeds twitteressay har en mye tydeligere bruksprofil. Her kan en innvending også være at mediet påvirker hva slags

type essay som blir produsert. Som nevnt er Twitter et medium som handler mye om det øyeblikkelige og å være en del av offentligheten, som igjen betyr at mye av det som produseres naturlig nok er egnet for dette.

3.1.3 En tekst, veldig mange avsnitt

Siden mediet legger til rette for at innhold man produserer, kan, og i mange tilfeller har som mål, å bli delt fordrer dette også planlegging og komposisjon fra forfatteren. Som forfatter har Steed tatt stilling til hvordan han kan skape flere selvstendige tweets av sin ytring, samtidig som tweetene samlet skal utgjøre en tekst med et tema, en hensikt og et budskap. Et viktig moment for hvordan Steed som forfatter forholder seg til dette er hvordan teksten ikke brytes midt i et ord eller midt i en setning for så å fortsette i neste tweet. I stedet blir avsnittene komponert på bakgrunn av tegnbegrensningen Twitter setter for innholdet. Steed skriver altså tekstavsnitt som tegnmessig passer inn i en tweet uten at det plutselig brytes. På denne måten kan man si at mediet påvirker måten forfatteren skriver en tekst på ved at teksten blir bestående av flere små avsnitt hvor tomrommene mellom tweets forsterker at det nettopp er avsnitt. Mediet pålegger derfor disse avsnittene. Vi ser her en form for symbiose der bruker påvirker og endrer mediet til å bestå av tekster som er lengre enn 140 eller 280 tegn, og at mediet igjen påvirker hvordan de lengre tekstene bygges opp og ser ut i form på bakgrunn av hvordan mediets enheter er programmert. Samtidig er det også et valg fra forfatteren om å dele opp en tekst i mange små avsnitt, i stedet for å skrive til man går tom for tegn for så å fortsette i neste tweet. Det er derfor også lurt å reservere seg fra at dette nødvendigvis er helt pålagt av mediet, fra et deterministisk synspunkt.

Et annet viktig moment er at mange av tweetene også fungerer som tweets i seg selv, som kan stå for seg selv som tweets i en nyhetsstrøm. Dette gjør at forfatteren kan øke sjansene for at teksten blir lagt merke til. Kort sagt egner flere tweets i twitteressayet seg for å deles, som uthevede sitater. Dette ser vi for eksempel i hvordan tweet nummer 11 og 12 har blitt retweetet henholdsvis 4100 og 3600 ganger (Steed, 2016). Kort oppsummert: de gir mening både for seg selv – som uthevede sitater - og som del av en tekst. Jo flere av tekstens avsnitt som deles som uthevede sitater i andre nyhetsstrømmer og deloffentligheter, jo mer øker sjansene for å bli lest og sett. Samtidig vil det at Steed nummererer sine tweets ha gitt informasjon til leseren om at den var del av en større tekst, på samme tid som markeringen av «Vis hele tråden» gjør det (etter høsten 2017, vel og merke).

Et tredje viktig moment er at Steed viser en bevissthet rundt formatet ved å utnytte tomrommet og pausen som inntreffer mellom to tweets. Et eksempel er tweet nummer ni og ti, der en setning slutter halvveis med en ellipse, for så å fortsette i neste tweet, som vist i Figur 2 under. Dette skaper en dramatisk pause og legger vekt på den siste delen av setningen. Det samme skjer også i tweet fire og fem (Steed, 2016).



Figur 2

Denne dramatiske pausen bidrar også til å gjøre teksten mer muntlig i sitt uttrykk, hvor pauser i en tale nettopp legges inn for å skape en dramaturgi. Men slik pauser kan også skapes på andre måter enn med ellipser i twitteressayet. På denne måten bruker Steed også variasjon. Tweet nummer ti avsluttes med «And so we come to Trump» (Steed, 2016). Her utnytter Steed tweetenes tomrom for også å skape en dramatisk effekt, ikke for å avslutte et argument fra tekstavsnittet i forrige tweet, men for å indikere at teksten nå går videre fra å forklare bakgrunnen for påstanden til å eksplisitt knytte det til Trump sitt utsagn. Pausen mellom tweetene skaper det nødvendige tomrommet som gir denne setningen ekstra tyngde fordi den signaliserer at noe mer vil komme, men det kommer ikke før i neste tweet. Dette viser derfor at teksten både er planlagt og komponert av en forfatter som er bevisst mediets tekstlige affordanser. Steeds utnytting av tomrommet skaper også variasjon i tekstens tempo, som i det store og det hele har en fast rytme fordi hvert tekstavsnitt inneholder omtrent samme antall tegn. At teksten inneholder pauser er både mediebestemt, men fremheves av at Steed tar muligheten aktivt i bruk i komponeringen av sin tekst. Det vil være pauser mellom hvert avsnitt fordi tweets per definisjon er avgrensede og definerte enheter, men disse pausene kan også tas i bruk av forfatteren som et bevisst virkemiddel. Slik sett er det kanskje mer forfatterens egen stil, enn at det er mediet. Å synliggjøre pausene i teksten er en del av

forfatterens stil når han skriver, med den hensikt å forsterke det han vil overtale leserne til. På denne måten kan man si at mediet muliggjør denne stilen. Og samtidig vise til at forfatter er begrenset i hva han kan gjøre innad i tweeten for å variere teksten. Å være bevisst mediet vil derfor gjøre forfatteren egnet til å utnytte de paratekstuelle elementene som mediet introduserer automatisk. Dette er noe jeg vil komme tilbake til i analysen, men først skal jeg gå nærmere inn på noen av de måtene forfatteren *kan* gjøre innad i teksten for å påvirke formen.

3.1.4 Tekstlig sammenheng

Steed tar i bruk kompositoriske trekk som å referere fremover og bakover i teksten for å få den så sammenhengende som mulig, og for å motvirke det å tenke på de som først og fremst selvstendige tweets i motsetning til å være del av en tråd. Den første tweetens tekstavsnitt er slik: «1. I wrote my PhD dissertation on the social function of humor (in literature & film) and here's the thing about "just joking" (Steed, 2016). Denne teksten bruker en slik referering. For å få svar på hva «the thing» er, må vi enten i en nyhetsstrøm klikke på tweeten for å få opp hele tråden, eller scrolle ned for å lese neste tweet som vil inneholde neste tekstavsnitt. Sammen med nummereringen i starten av teksten (som jeg vil komme tilbake til), indikerer det at det vil finnes en tweet nummer to. På denne måten forteller han implisitt i den teksten som er synlig for oss at det er mer tekst som kan bli «synlig». Dette forsterkes ytterligere av den blå vertikale linjen som automatisk kommer til syne i en nyhetsstrøm når tweets blir lenket sammen. Se eksempel på hvordan dette ser ut under.



Figur 3

Det er også flere eksempler på slik fram- og tilbakepek som kan vise tilbake til informasjon i forrige tweet, eller vise til at det kommer mer informasjon i neste tweet. Eksempler på ord som Steed benytter seg av i starten av tekstavsnitt er “consequently”, «this is why», “IOW” (her en forkortelse for: “in other words”), “so”, “and”, “which is to say” (Steed, 2016). Disse skaper alle en sammenheng og flyt i teksten, ved å knytte det til foregående tekstavsnitt. Dette viser

også igjen en planlagthet fra Steed. En annen måte som blir brukt er gjentakelse av ord. Som eksempel kan man vise til tweet 11 og tweet 12 i tråden, som vises i Figur 4 under.



Figur 4

«A racist joke» og «the racist joke» skaper en sammenheng. Altså, mens det visuelt uttrykkes at det hører sammen av mediet, blir det også skriftlig uttrykt at det er en sammenheng mellom de to tekstavsnittene. Mens den visuelle tråden kan indikere at noe kan høre sammen på flere måter, virker den den skriftlige sammenhengen slik at den viser at det hører sammen i at det er en sammenhengende tekst. Tweet 13 (se Figur 4) viser også til den andre måten å skape sammenheng på som Steed bruker, altså at den referer tilbake til forrige tweet ved å bruke «this is why». Det sender signal om at å få full forståelse av innholdet i tweeten må man også lese innholdet i tweeten som kommer før i tråden, eventuelt alt skrevet før i teksten. Et slikt virkemiddel betyr også at når tweeten opptrer i en nyhetsstrøm vil den indikere at den tilhører et lengre narrativ og kan skape interesse for å klikke seg inn for å lese mer. På denne måten er bruken av tekstlig sammenbindinger både noe Steed tyr til for å fremme at det er en tekst, samtidig som slike sammenbindinger kan bidra til at folk har trykket for å se om det var mer tekst i tilknytning til tweeten.

3.1.5 Paratekstuelle elementer

Hvert avsnitt i teksten har faste paratekster som er automatisk produserte moduler av tweeten som avsnittet er en del av. Se Figur 3 og 4 som viser hvordan en tweet som et digitalt objekt ser ut. I tillegg til å utgjøre en visuell utforming av formatet inneholder den også interaksjonsfunksjoner og annen informasjon i form av lenker. Som paratekstuelle elementer er det med på å gjøre en tekst til en tweet, men som digitale paratekstuelle elementer er de også med på å påvirke teksten og sjangeren. Parateksten er først og fremst dynamisk og dette gjør at andres tolkning av teksten kan ha vært annerledes de første fem minuttene etter publikasjon enn slik den fremstår nå og vil fremstå senere. Den er dynamisk både ved at den endres av andres interaksjon med teksten, og at den endres hvis selve mediets programmering endres. Det er det førstnevnte jeg særlig skal gå inn på her. Selv om det sistnevnte også er interessant i form av at dette kan eksemplifiseres med «vis hele tråden»-elementet som nå er til syne i en nyhetsstrøm for tweets som er del av en tråd.

De epitekstuelle elementene som oppgir kommentarer, likes og retweets gir ikke bare *mulighet* for andre å interagere, den fungerer også som en protokoll. Informasjonen som den gir om antall som har likt og retweetet er blant annet med på å styrke tekstens autoritet ovenfor andre. Dette er informasjon som har kommet til og blitt styrket over tid. Det betyr at teksten har økt i autoritet (på bakgrunn av andres godkjenning) siden den ble publisert, og fortsetter å øke for hver retweet og like den fortsetter å få. Twitteressayets første tweet har per medio mai 2018 blitt retweetet over 18 000 ganger og likt nesten 28 000 ganger av unike brukere (Steed, 2016). Dette inkluderer ikke retweets der den har blitt retweetet som et sitat, siden disse ikke oppgis som del av disse tallene. Det å kunne vite hvor mange som har likt, retweetet og interagert med teksten påvirker deg derfor som leser. Samtidig gir det mulighet for at man selv kan interagere. Disse epitekstuelle elementene viser derfor Twitters heterokronisitet ved å både utgjøre det øyeblikkelige (du som leser kan interagere med en gang) og det vedvarende (den protokollfører alt som brukere gjør og synliggjør det for andre). Dette er noe jeg skal komme mer tilbake til senere, når jeg går dypere inn på interaksjonsmuligheter, men først skal jeg se nærmere på de peritekstuelle elementene forfatteren selv legger inn for teksten.

Nummerering

Som jeg tidligere har vært kort innom har Steed nummerert hvert avsnitt. Denne nummereringen blir også en paratekst. Den forteller hvilken del av teksten avsnittet er, noe man finner igjen i tradisjonelle medier, som i bøker som har nummereringen i marg, i tillegg

til sidetall. Med nummereringen av hver tweet får det som følge at hvis en av tweetene opptrer i en nyhetsstrøm vil tallet indikere (sammen med den blå linja) at det er del av en større helhet. Da Steed forfattet essayet var det ingenting i grenseflata som sa “vis hele tråden”, slik som det står nå. Nå som Twitter har oppdatert sin grenseflate til å inneholde dette er også hans tekst markert med “vis hele tråden”. Men en tråd kan som sagt fortsatt være mye forskjellig og inneholde flere sjangre og praksiser. Spørsmålet vi må stille er hva som gjør dette til mer enn en tråd (i forståelsen: lenkede tweets fra hovedsakelig samme forfatter). Her blir nummereringen Steed bruker et slikt virkemiddel. Dette viser en intensjon og en veiledning til lesere om at tekstavsnitt går i en leserekkefølge, det har en lineær oppbygning kun avbrutt av «tomrommet» som blir skapt mellom hvert tweet på bakgrunn av enhetenes oppbygning. Men dette er fremdeles ikke nok til å kalle det et twitteressay. Det må derfor forstås som et peritekstuelt virkemiddel fra forfatter til å forsterke sammenhengen i teksten, samtidig som andre sjangertrekk fortsatt er avgjørende for om teksten er en type essay. Dette finner vi igjen i teksten som en tekst som har en nyttefunksjon, med ønske om å overtale lesere til å være enig i det forfatteren har å si, og at teksten inneholder flere overtalende virkemidler (som tidligere nevnt). Det er heller ikke å utelukke at når mediet endres seg i fremtiden vil disse trådene få tweets som er automatisk nummererte av mediets programkode, slik andre praksiser ved å skrive tråder har ført til endring i mediet.

Mangel på tittel

En paratekst som man vanligvis ser i forbindelse med opplysende tekster, er tittel. Steeds tekst har ingen tittel. Dette kan være påvirket av den informasjon som automatisk genereres i tweets. Her blir alltid «overskriften» de paratekstuelle elementene profilbildet og forfatterens oppgitte navn fordi det alltid kommer først i en tweet og står uthevet over hvert avsnitt. Dette er noe som gir inntrykk av at «Jason Steed sier noe». Dette påkaller også en digital nærhet til forfatteren for den som er leser. Samtidig er det ikke noe opplagt sted å plassere en overskrift i den betydning at mediet legger opp til at man skal fylle inn en overskrift eller «emne» for sin tekst. Man kan derfor kanskje si at et twitteressay *for øyeblikket* sjeldent vil ha en tittel som er gitt av forfatteren, og dette vil også analysen av de andre twitteressayene vise.

3.1.6 “I”, “you” and “tiny hands”

Som tidligere nevnt er dette en opplysende og formidlende tekst hvor Steed bruker sin egen kunnskap og forskning for å belyse et aktuelt tema, med mål om å nå ut til andre og overbevise leser om sin forståelse av hendelsen. Et klart eksempel i selve teksten er tekstavsnittet i første

tweet som innleder med «Here's the thing» (Steed, 2016), hvor han i måten han skriver på henvender seg direkte til et publikum, eller andre twitterbrukere og deloffentligheter. Denne uformelle og personlige tonen er tilstede gjennom hele teksten. Det kan vi se i setninger som; «I wrote my Phd dissertation» og «I think it's pretty clear» (Steed, 2016) hvor han bruker «I», og senere flere steder i teksten hvor han bruker «you»; «If you're willing to accept» (Steed, 2016). En annen måte han gjør dette på er hvordan han spøker i siste avsnitt: «The in-group for that joke should be tiny. Like his hands» (Steed, 2016). Denne spøken refererer til at Trump skal ha små hender, en referanse Steed antar at hans publikum vil være kjent med. Dette står på en måte i motsetningsforhold til oppbygningen av teksten som har en klar oppbygning av påstand, argument, forklaring, eksempler, forbehold, og konklusjon. En slik oppbygning kan ofte virke formell. Det vil også stå i motsetning til de mer argumenterende akademiske tekstene hvor man skal være forsiktig med å bruke for mye «jeg tror» og humoristiske virkemidler.

Teksten holder på det skriftlige i form av syntaks, grammatikk og tegnsetting. Dette vitner om at forfatteren har en bevissthet rundt det at han produserer en tekst i motsetning til den typen tweeting som er preget av dialog, og som Wikström undersøker i sin avhandling (Wikström, 2017). Å tweete som man snakker handler heller om det improviserte, det plutselige, hvor syntaks, grammatikk og tegnsetting forekommer sekundært. Dette er ikke tilfelle med denne teksten, selv om den har en ganske direkte og personlig tone. Det er derfor ikke tweets Steed i hovedsak forfatter og produserer, men en tekst, som sekundært er fordelt på tweets.

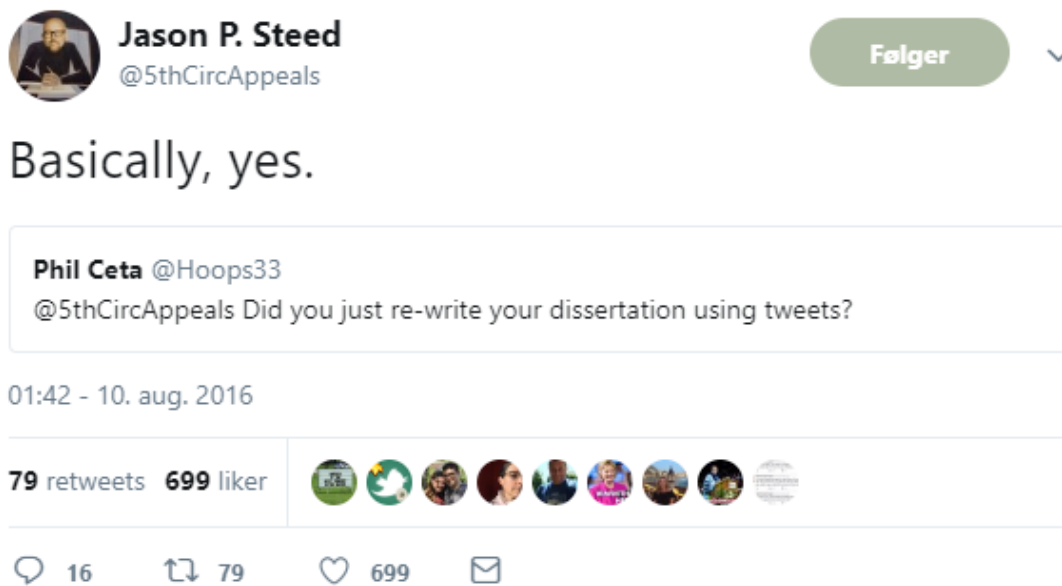
3.1.7 *Connectivity*: Forminsket avstand mellom forfatter, tekst og leser

Siste tweet i tråden (her: nummer 23) til Steed har 351 kommentarer (Steed, 2016), hvorav majoriteten er svar som sier noe om hvordan de enkelte brukere likte teksten. Dette betyr at også leser oppfatter tråden som en helhetlig tekst. For å dele teksten som en helhet retweeter man den første tweeten, for å kommentere så kommenterer man den siste tweeten. Selv om alle andre tweeter i tråden blir kommentert, likt og retweetet, er tallet mye høyere for den første og den siste tweet på henholdsvis retweets og kommentarer. På et medium som fordrer kommunikasjon og dialog er det en overraskende stor andel av kommentarer som kun er av typen «Very good thread - thanks for writing it out!» (se Figur 5).



Figur 5

Dette kan vitne om en bevissthet fra lesere om at visse sjangertrekk er tilstede i teksten som gjør at den blir betraktet som en monologisk tekst fremfor et diskusjonsinnlegg, eller utgangspunkt for en dialog hvor man kan inngå i en diskusjon med forfatter om temaet. Dette finner vi også igjen uttrykt eksplisitt av en bruker som spør om Jason P. Steed har omskrevet sin avhandling til å være i et tweet-format. Her siterer Jason denne tweeten og gir sitt svar på denne måten (i stedet for å svare brukeren direkte), med den hensikt i at svaret hans skal nå ut til flere. Under ser du svaret (Figur 6) som viser at Steed har tatt innholdet fra sin avhandling og presentert det i en ny form og sjanger. Dette er også et eksempel på hvor nær leser og forfatter blir på Twitter, og den reelle mulighet for interaksjon som er til stede. Det kan også vitne om at målet om å overtale de som leser har lyktes, at teksten har blitt lest og leserne har sagt seg enig i det som har blitt skrevet. På denne måten blir teksten et vellykket essay som står sterkt som en tekst om noe.



Figur 6

Noe av det mest åpenbare som kan glemmes her er også rett og slett den enkle muligheten for forfatter, tekst og lesere å være så nær hverandre, i den betydning at tid og sted på mediet er komprimert. Ikke bare har man mulighet til å kommentere en tekst, men denne kommentaren vil også nå forfatteren. Ikke bare har en forfatter muligheten til å skrive noe men han kan også få respons med en gang. Man kan derfor spørre seg om det er Jason Steed eller teksten man i hovedsak har i strømmen sin. Er det han som ytrer seg eller er det ytringen vi forholder oss mest til. Eller er det begge deler? Mediet medierer at vi er i nettverk med hverandre og slik blir derfor sjangeren også en sjanger hvor forfatter og lesere står i et nettverk med hverandre.

3.2 “Marxist Literary Theory 101”

Jon Greenaway har kontoen @theliticritguy på Twitter. Han har nylig fullført sin doktorgrad innenfor gotiske studier. I tillegg til den mer vanlige formen for tweeting har han også for vane å publisere lengre tråder som omhandler enten humanistisk teori eller tråder relatert til hans egen forskning innenfor gotikk, monster-teori og post-strukturalisme. Disse trådene kjennetegnes av at de starter med en variant av teksten «Theory time?», eller emneknaggen #theorytime. Blant alle trådene han har publisert de siste årene har jeg valgt en tråd med en tekst om marxistisk litteraturteori. Denne ble publisert den 2. februar 2016 og fikk en gjenfødelse den 5. mai 2018 da det var 200 år siden Marx ble født. I teksten utforsker Jon

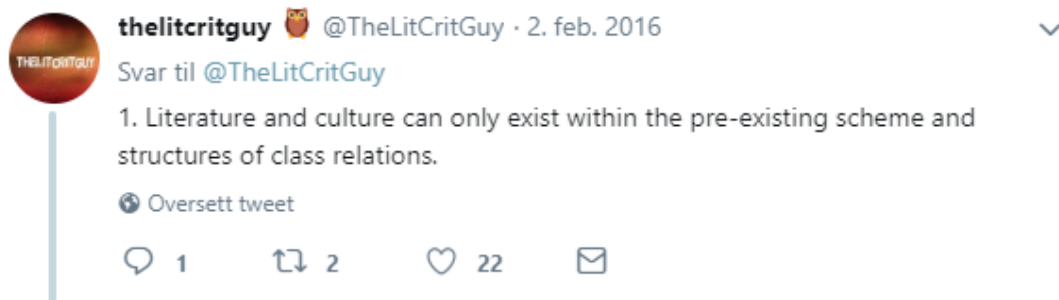
Greenaway hva marxistisk litteraturteori er. Twitteressayet er en vandrende utforskning av begreper tilknyttet marxistisk litteraturteori (som «kapital» og «ideologi»), men også med (eksplisitt uttrykte) sidesprang som går dypere inn i Marx' sine ideer. Twitteressayet har derfor en mindre klar oppbygning - av påstand, argumentasjon, drøfting og konklusjon - som man kan finne hos Steed. Twitteressayet er utforskende om hva marxistisk litteraturteori er, men forklarende om sentrale begreper som knyttes til det. Det er en opplysende tekst, en tekst som tar for seg en type litteraturteori, og sentrale poenger og begreper rundt denne teorien. Avslutningen av teksten er ingen eksplisitt konklusjon, men avsluttes med blant annet et sitat fra filosofen John Fiske. Greenaway har selv retweetet sin egen tekst senere, og den står i et egetpublisert arkiv over disse tekstene på Greenaways nettside. Twitteressayet ble skrevet og publisert før økningen/endringer i tegnbegrensning, muligheten for å tweete fra en tråd-mal, og merkingen av tråder som tråder på mediet.

3.2.1 Hva er tekst og hva er tråd?

I likhet med hva jeg påpekte som et åpenbart kjennetegn på Steeds twitteressay som et essay finner vi også her en tekst som er oppdelt i korte avsnitt som inngår i en lenket rekke med tweets, eller en tråd. Selve tråden består av 36 tweets, hvorav 34 av disse kan sies å inneholde selve teksten, selv om dette ikke nødvendigvis er helt uproblematisk å si. Her støter vi da på et lignende problem som vi også fant i Steed in tråd. Tekstens start signaliserer Jon Greenaway ved å starte tweet nummer tre med nummereringen «.1» (Greenaway, 2016a), selv om han ikke følger opp med samme nummerering for de andre avsnittene. Allikevel er dette en nummerering lik den Steed har og forsterker at nummerering er et trekk som går igjen. De to første tweetene, som ikke er nummerert, blir stående som en form for peritekst til den faktiske teksten som starter i tweet nummer tre. Men selv ikke dette er problemfritt å hevde. Som nevnt tidligere utfordrer digitale tekstkulturer vår forståelse av teksters grenser. Starter twitteressayet med teksten i den første tweeten eller starter twitteressayet med den tekstdelen som er nummerert? Her kan man ikke ta i bruk en tidsmarkør for å si at x tilhører teksten, men ikke y, fordi teksten er publisert innenfor en liten tidsperiode uten lengre pauser. Man kan i stedet argumentere for at innholdet i tweet nummer en og to gir informasjon til teksten i stedet for å nettopp være en del av teksten, og at de på den måten blir en paratekst. Dette er et eksempel som viser at forfatter har muligheter for å produsere paratekstuelle elementer, selv på tross av hvor mye mediet bestemmer av hvordan tweets skal se ut og inneholde fra før.

3.2.2 Oppbygning av teksten

Det første tekstavsnittet som er nummerert starter med det som fremstår som en påstand:



Figur 7

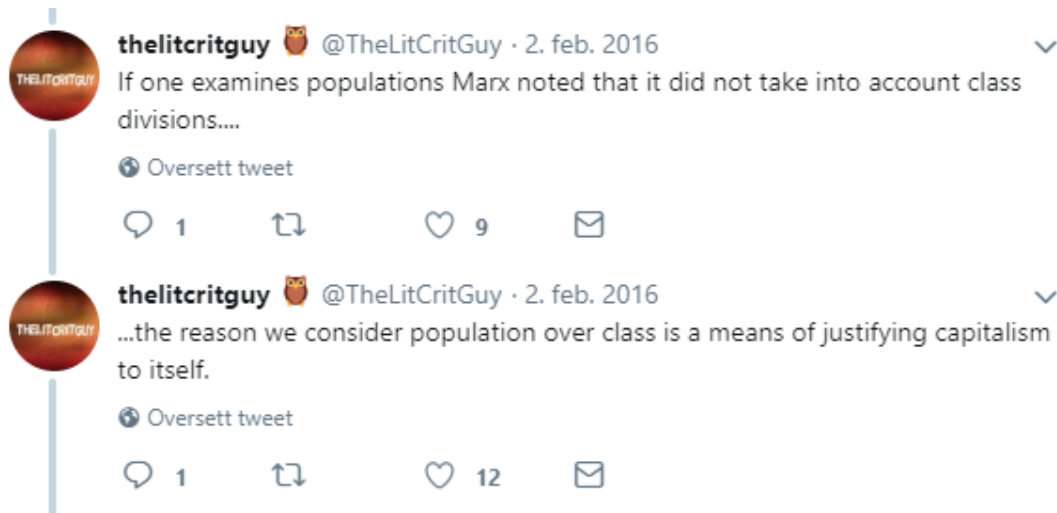
Innholdet i de neste seks tweetene omhandler konseptene litteratur og kultur sett opp mot klassestrukturer og klasserelasjoner, og knyttes tematisk til påstanden. Greenaway skriver så at et sidespor vil komme i teksten. Sidesporet omhandler Marx sitt eget forhold til dialektikk. Dette sidesporet går inn i et nytt sidespor (som Greenaway selv anerkjenner) om kritikk av empirisisme. Så går teksten over i et sidespor nummer tre som omhandler begrepet «ideologi». Tekstavsnittet i tweet 34 vrir det tilbake på marxistisk kritikk og knytter termen «ideologi» opp med «marxistisk kritikk». Tekstavsnittene i tweet 35 og 36 avslutter teksten med hovedpoenget om hva marxistisk litteraturteori er ved å sitere John Fiske i tekstavsnittet i tweet 35, for så å avslutte med forskjellen mellom teorier tilknyttet individet og teorier tilknyttet subjektet. Greenaways poeng er her at for å forstå ideologi, som er en viktig del av marxistisk litteraturteori, må man se på subjektet, ikke individet. Teksten har sidespor som forfatteren selv anerkjenner er sidespor, men som fremstår som nødvendige for ham å gå for at leseren skal få innsikt i marxistisk litteraturteori. Dette er ikke innhold som kommenterer noe samtidig eller aktuelt – med unntak av et tekstavsnitt der han i parentes kommenterer at det han nettopp har forklart fortsatt er relevant i dagens politiske diskurs. Dette er ikke et fokus teksten har, og den blir derfor stående som en formidlingstekst uten tilknytning til en emneknagg, et aktuelt tema, eller hendelse. På denne måten er den forskjellige fra Steed, Wilson og Lakoff sine tekster. Som et twitteressay har den allikevel mellom linjene en form for overtalelse i seg. Med å ville fortelle hva noe er, ønsker også Greenaway å overtale oss til at dette er slik det er. Å akseptere at dette er det marxistisk litteraturteori er – eller å anerkjenne at dette er en gyldig formidling av hva marxistisk litteraturteori er – er også å samtidig bli overtalt. På denne måten fremstår teksten mindre som et litterært objekt og mer som et bruksobjekt som har som formål å fortelle og overtale oss til denne versjonen av det som blir fortalt. Det er i dette vi finner

essayet i twitteressayet. Teksten har også andre overtalende virkemidler som jeg skal komme tilbake til senere i analysen.

3.2.3 En tekst, veldig mange avsnitt

Dette twitteressay er også oppdelt i mange korte avsnitt slik Steed sitt er. Greenaway har tatt stilling til hvordan man kan skape flere selvstendige tweets av sitt twitteressay, samtidig som tweetene samlet skal utgjøre en helhet. På samme måte som hos Steed brytes ikke teksten midt i et ord eller midt i en setning for så å fortsette i neste tweet, som om den estetiske rammen ikke betyr noe. Avsnittene blir komponert på bakgrunn av de begrensningene Twitter setter for innholdet. Hver tweet inneholder et fullstendig, men kort, avsnitt. Avsnittets lengde overstiger ikke 140 tegn nettopp fordi tegnbegrensingen ikke gjør det mulig. På denne måten blir dette kjennetegnet et kjennetegn ved twitteressayet, ved at formen i stor grad bestemmes av mediet. Her skriver jeg «i stor grad» nettopp fordi Greenaway som forfatter er bundet av begrensningen, men kan selv komponere avsnittene og twitteressayet på bakgrunn av denne begrensningen. Det betyr blant annet at han ikke må bruke maksimalt antall tegn. Som forfatter står han fritt til å bruke færre tegn eller å utnytte begrensingen på en annen måte. Som forfatter kan han også velge å skrive til han går tom for tegn og så fortsette videre i neste tweet, som om teksten aldri ble avbrutt. Men en bevissthet rundt mediet og at selve tweetformatet skaper avbrytelser gjør at også Greenaway bygger opp teksten sin til å inneholde mange korte avsnitt i stedet på samme måte som Steed. Det er rimelig å anta at dette både skaper en bedre leseropplevelse samtidig som det gjør det mulig å dele og spre avsnitt som uthevede sitater, som igjen øker muligheten for å bli lagt merke til og bli lest.

En annen måte forfatteren utnytter trådens oppsett på er ikke bare å forholde seg til tegnbegrensingen, men også gjennom å inkludere tomrommet som oppstår mellom to tweets, slik også Steed gjør. Tomrommet mellom tekstavsnittene blir utnyttet av Greenaway for å skape lengre pauser i teksten enn det allerede er. Tweet nummer 13 og 14 er eksempler på dette. Her utnytter han tomrommet ved å bruke ellipser for å legge ekstra tyngde på innholdet i tweet nummer 14 (se Figur 8 under).



Figur 8

Metakommentering

Et annet virkemiddel som Greenaway benytter seg av er metakommentarer. Dette er til forskjell fra Steed som ikke har dette i sin tekst. Tweet nummer ti inneholder kun en kommentar satt i parentes. Teksten er: «(A side point about Marx's method coming up...)» (Greenaway, 2016a). Denne tweeten blir stående som en veileder til leserne om hvor teksten er på vei. At han setter kommentaren i parentes forsterker det at teksten skal tolkes som en metakommentar, en kommentar om hvor teksten er på vei. Tweet nummer 17 inneholder også en tekst satt i parentes der Greenaway opplyser om at hvis man vil vite mer om det han nevner som poeng kan man lese mer om Marx' teori om landbruksarbeideren (Greenaway, 2016a).

Denne kommenteringen rettet mot lesere er også å finne igjen flere steder i teksten, men her uten bruk av parentes. Eksempler på slike fraser er: «let's talk about», «here comes», «let's look at this», «let's talk briefly [...] shall we?» (Greenaway, 2016a). Samtidig som dette er metakommentarer som veileder en leser gjennom en tekst, blir det også en form for personlig tale hvor man opplever at Greenaway kommuniserer direkte med deg som leser/mottager. Dette inntrykket forsterkes av at «overskriften» i hver tweet består av forfatterens navn, Jon Greenaway. Inntrykket understrekes også av mediets iboende digitale nærhet mellom forfatter og leser. Den uformelle tonen sammen med tilstedeværelsen av forfatteren i tweeten (gjennom profilbilde og navn) gjør at tekstene blir som henvendelser direkte til leseren. Det minsker avstanden mellom sender og mottager enda mer. Spesielt når mottager kan svare med en gang gjennom tweetenes epitekstuelle elementer.

3.2.4 Tekstlig sammenheng

Greenaway viser på samme måte som Steed at han har tatt i bruk kompositoriske trekk som å referere fremover og bakover i teksten for å skape tekstlig helhet. Dette blir nødvendig fordi malene som avsnittene publiseres i, altså tweets, er såpass selvstendige, og i mediet forstås som selvstendige ytringer. Som forfatter må man da klare å skape en sammenheng mellom innholdet i to tweets som gjør at innholdet oppfattes som å stå sammen med hverandre som del av en enda større enhet (hele twitteressayet). For eksempel har tweet fire og fem begge ord som refererer tilbake til tweeten før. Dette er ordene «As a result» og «By implication» (Greenaway, 2016a). Andre slike eksempler på ord og formuleringer som refererer fremover eller bakover til tekstavsnitt i tråden er: “thus”, “Marx argued the contrary”, “incidentally”, “and of course”, “and it is this”, “in short”, og “Marx’s term for these different ways” (Greenaway, 2016a). Slike referanser vil også, når denne tweeten står blant andre i en nyhetsstrøm, være med på å påvirke leser til å klikke på tweeten for å se resten av teksten og få svar på hva noe refererer til. På denne måten kan forfatteren øke sjansen for at teksten i sin helhet blir lest, og øke mulighet for deling og interaksjon.

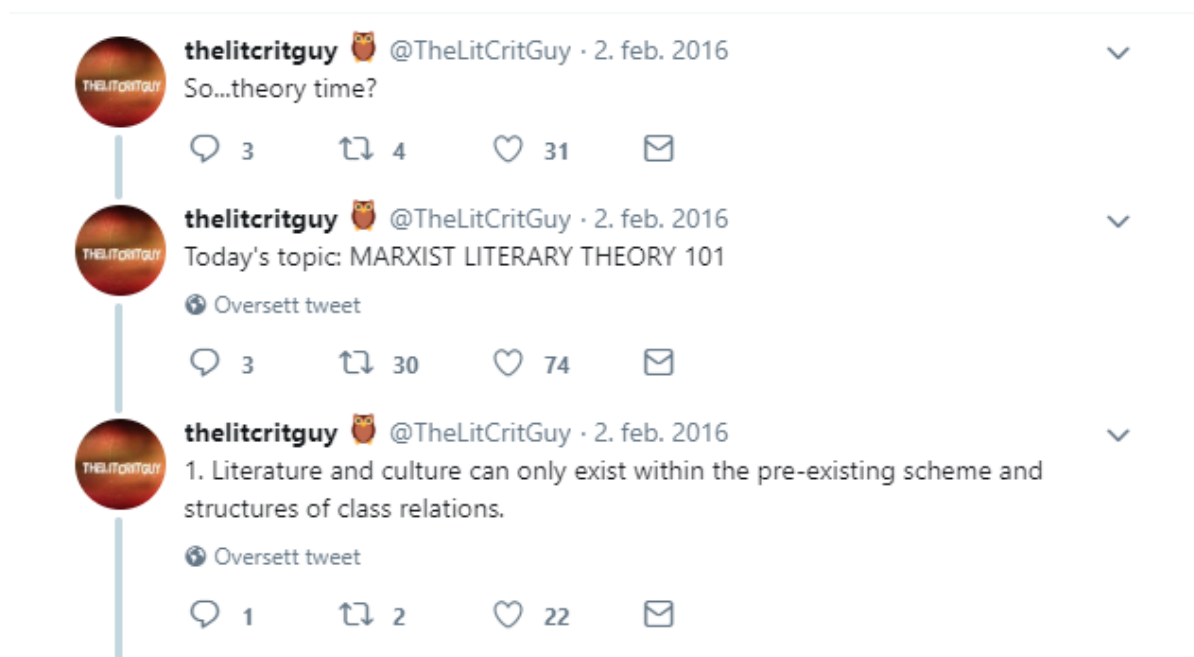
Andre eksempler på ord og formuleringer som skaper en tekstlig sammenheng er gjentakelser av ord. Som eksempel kan vi finne dette i tweet 11 og tweet 12. «Dialectic is vital for his work» i første tekstavsnitt, og i neste tekstavsnitt: “dialectical thinking is [...]” (Greenaway, 2016a). Og i tweets nummer 22 og 23: “A visible occurrence” i første tekstavsnitt, etterfulgt av “Marx argues that this visible occurrence [...]” i neste tekstavsnitt (Greenaway, 2016a). Alt dette er tegn som samlet viser en planlagthet ved teksten og forfatterne har en bevissthet rundt teksten han produserer.

Disse eksemplene er alle måter å skape sammenheng i tekst på, og er ikke spesielle for avsnittene i twitteressays. Det som gjør det verdt å bemerke seg er at de står i en interaksjon med mediespesifikke elementer, og at de nettopp brukes for å forsterke at tweetene ikke bare er linket sammen, men at de også utgjør en samlet tekst. Derfor er de også i mye større grad til stede hos Greenaway og Steed, kanskje nettopp fordi at da deres twitteressays ble publisert hadde ikke Twitter konfigurert Twitters grenseflate til å gjøre trådede tekster synlige som nettopp tråder. Som vi skal se senere er det ikke like mange av disse mekanismene for sammenheng hos Wilson og Lakoff, fordi de kanskje ikke trenger de like mye.

3.2.5 Paratekstuelle elementer

Hver tweet har som sagt en autogenerert paratekst som omringer hvert eneste tekstavsnitt i teksten. Hvert tekstavsnitt omringes av navn på forfatter, profilbilde, tid og dato tekstavsnittet ble publisert og hvor mange som har interagert med teksten på forskjellige måter. Samtidig viser også Greenaway hvordan han som forfatter også setter inn peritekstuelle elementer i teksten som gir signaler til leser om hvordan teksten skal tolkes.

Innholdet i den første tweeten i tråden setter det som skal komme i en kontekst ved at Greenaway henvender seg til publikum (her: andre brukere på mediet) med et spørsmål. «So... theory time?», spør han i en tweet (Greenaway, 2016a). Den andre gir informasjon om hva teksten skal handle om. Se under for å se starten på tråden.



Figur 9

Valg av ordene «today's topic» signaliserer at dette tilhører en form for formidlingspraksis. Ordvalget, sammen det som følger etter; «MARXIST LITERARY THEORY 101» gir kontekst til teksten og informasjon om hvordan den skal tolkes. Her gis teksten et navn, og navnet er hva man typisk ville kalt et innføringsemne, kjent fra den amerikanske og britiske universitetsdiskursen. Dette fremstår som et forsøk på å gi teksten en tittel, men mediets produksjon- og publikasjonsmuligheter gjør det vanskelig å konkludere om det er det. Parateksten gir uansett leseren forventninger om en form for forelesning eller en

undervisningssituasjon, gjenkjennbar fra høyere utdanning, og påvirker hvordan vi skal tolke og forholde oss til teksten. Dette blir også forsterket av navnet til Greenaway som står øverst i hvert tekstavsnitt og får den samme funksjonen som hos Steed, nemlig at man som leser opplever et «Jon Greenaway sier»-moment som del av teksten. Dette er en del av den faste parateksten som alltid forekommer som ramme rundt hvert tekstavsnitt. På denne måten forsterker den forfatterproduserte parateksten og den medieproduserte parateksten hverandre.

Den digitale nærhet i teksten

Teksten holder på det skriftlige i form av syntaks, grammatikk og tegnsetting, men et viktig unntak er mangelen på punktum for å avslutte setninger. Dette inntreffer kun i tekstens første tekstavsnitt. For resten av teksten blir det heller tomrommene mellom tweets som utgjør pausene. Noe som også vises i hvordan Greenaway utnytter dette for å skape dramatiske pauser de steder han avslutter tekstavsnitt med ellipser, som jeg tidligere har vist til.

Teksten påkaller ideen om en forelesning gjennom innholdet i de to første tweetene i tråden. I forelesningens premiss ligger det at det er en viss planlegging bak det. Dette finner vi igjen i den første tweeten som starter med «So... theory time?» (Greenaway, 2016a). Dette er et nærmest retorisk spørsmål som har som funksjon at det indikerer at noe fast, eller noe som allerede er kjent til fra før (av noen) vil komme. Med ideen om at man indikerer at noe vil komme har forfatteren også bestemt seg for hva det er., en planlegging som også får enda et nivå når teksten må tilpasses Twitter, og videre tilpasses den satte tegnbegrensningen. Når Greenaway selv beskriver hva som vil komme i de neste tweetene, har han også laget en plan for hva han vil tweete om. Samtidig er et annet premiss ved forelesningen det muntlige. Sammen med bruken av «I» og «you», de direkte henvendelsene til leserne og forfatterens navn og profilbilde over hver tweet, påkaller det en virtuell face-to-face-kommunikasjon – en digital nærhet – mellom Greenaway og andre brukere. Dette forsterkes ytterligere av muligheten man har til å interagere med tekstavsnitt og teksten som helhet. Teksten fremstår like mye som en hybrid som mediet det selv er på.

Essayet i twitteressayet

Selv om det påkaller forelesningsformatet betyr ikke dette at det ikke er et essay. Tvert imot er essay kjent for å låne trekk fra andre sjangre til eget bruk (Scholes & Klaus, 1969). Samtidig er forelesninger som har vært lest opp senere blitt publisert som skriftlige tekster (Melberg, 2013), hvor det essayistiske i det fremførte har ved å skriftliggjøre det gjort det til et essay. Måten Greenway henter topoi fra forelesningens diskurs på gjør at det forsterker den

overtalelsen som ligger i essayet. Som foreleser kan Greenway bruke seg selv som en ekspert som formidler en teori med det mål å overtale leseren, en overtalelse som har som mål at leseren sier seg enig i det Greenaway presenterer.

Funksjonen til teksten er et avgjørende kjennetegn. Dette er en opplysende og informativ tekst med intensjon om å nå ut til mange. Som essay har teksten også i seg et ønske om overtalelse, og strategier knyttet til overtalelse i seg. For å nå ut, og spre teksten trengs det både komposisjon og planlegging fra forfatter. Dette vil kunne gi tweets med gode formuleringer som vil bli retweetet av andre, og mulighetene for at andre kan interagere med teksten i parateksten understøtter nettopp dette. At teksten har overtalende elementer ser vi for eksempel i hvordan Greenaway retter seg mot adressat flere steder i teksten og refererer til «you» eller «we». Samtidig har teksten lite direkte interaksjon i betydningen kommentarer eller meningsutveksling fra andre brukere. Den interaksjonen som er tilstede er likes og retweets. På denne måten kan man tolke det slik at brukere oppfatter dette som en monologisk tekst fremfor en invitasjon til diskusjon og dialog, som også var et trekk ved Steed sin tekst.

Den riktige måten å interagere på blir da å like eller retweete hvis man er enig med teksten, eller sagt med andre ord: hvis man har blitt overtalt av Greenaway. Er man enig med det som formidles har man muligheten til å vise for forfatter og for andre at man liker det, og man kan retweete det for å dele det med andre. Slik kan man si at overtalelsen i teksten også blir formidlet av de som deler, som også ønsker at andre skal lese og bli overtalt.

3.2.6 Nærhet mellom forfatter og leser

I motsetning til Steed har ikke denne teksten uttallige retweets og likes, og har derfor ikke gått viralt på den måten Steed sin tekst har. Tweeten som inneholder «today's topic» har 30 retweets og 74 likes per medio mai (Greenaway, 2016a). De fleste av de andre tweetene i tråden har typisk 1 retweet og 10–20 likes (Greenaway, 2016a). Som hos Steed kan vi se at det er én tweet som blir oppfattet som starten på tråden, og det er denne tweeten brukerne primært velger å like eller retweete for å signalisere interaksjon med hele teksten, fremfor deler av den. I motsetning til hos Steed er det ikke siste tweet som får kommentarer, men heller den første. Men dette betyr allikevel at brukere forholder seg til teksten som en tekst og kommenterer på den som en tekst. At lesere erkjenner twitteressay som en tekst styrker også twitteressayets status som en selvstendig sjanger.

Et kjennetegn er den autogenerated paratekstens interaksjonsmuligheter ovenfor den lesende. Som leser kan man kommentare, like og dele, og alt dette vil forfatteren få beskjed om og andre lesere kunne se. Kommentarer vil adresseres direkte til forfatter som får muligheten til å svare. Dette kan vi se eksempel på i svarene til innholdet i tweet nummer 11 (se Figur 10 under), der Greenaway adresserer Marx som hegelianer og andre har kommentert dette med en tydelig muntlighet i svarene, som minner om måten Wikström (2017) beskriver den kommunikasjonen som foregår mellom mennesker på Twitter når de er i dialog med hverandre. Dette betyr også at man på Twitter finner ulike sjangre, alt fra den konversasjonspregete twitterutvekslingen til den planlagte og komponerte teksten, og at de eksisterer sammen og i forbindelse med hverandre. Begge uttrykt i de digitale objektene tweets, til forskjell fra medier som blogg hvor et innlegg etterfølges av et kommentarfelt. I tillegg viser det også hvordan alt dette står i en umiddelbar nærhet til hverandre. Diskusjoner knyttes til teksten, og kommunikasjon mellom forfatter og leser blir, takket være mediet, gjort mulig. På denne måten er ikke sjangeren en tekstsjanger, selv om den trekker sterkt på (digital) tekst for å skape innhold, men en digital sjanger fordi den nettopp gir mulighet for at forfatter, tekst og leser kan være i en nettverksprodusert nærhet til hverandre gjennom måten mediet tilrettelegger for å like, kommentere og dele. Og dette forsterkes av mediets muntlige temporalitet.



Figur 10

3.3 Om å oversette Odysseen

Emily Wilson er professor i klassiske studier ved University of Pennsylvania, oversetter av klassiske verk som Homers Odysseen, og tweeter under brukernavnet @EmilyRCWilson. Den 8. mars 2018 publiserte hun en tekst om vold mot kvinner. Publiseringen av denne teksten var i forbindelse med den internasjonale kvinnedagen, og i den første tweeten har hun også brukt den internasjonale emneknaggen for denne dagen: #IWD2018.

Teksten omhandler i hovedsak Wilsons refleksjoner rundt hvordan andre oversettere av Odysseen tidligere har oversatt hendelser hvor vold eller annen negativ adferd blir utøvd mot kvinner. Eksempelet hun velger å fokusere på er drapet på slavekvinnene når Odyssevs har returnert fra sin reise. I løpet av teksten trekker hun frem eksempler på ulike oversettelser som både har gjort moro ut av det, sensasjonalisert det og normalisert det. Wilson kommenterer disse oversettelsene, og legger ofte til syrlige og sarkastiske kommentarer på slutten av kommentarene. Mellom linjene på teksten finner vi overtalelsen av oss som leser til å bli enig med henne om det samme, at slike oversettelser er problematiske, ikke minst i et feministisk perspektiv.

Ved å knytte teksten om mordet på slavekvinnene i Odysseen til kvinnedagen gjennom emneknaggen kommer også det andre temaet – utøvelsen av vold mot kvinner generelt – tydeligere frem. Eksemplene på oversettelser som er å finne i teksten viser også hvordan det ligger mye makt i den som oversetter en beskrivelse en hendelse, og hvordan noe (for eksempel å drepe kvinner) kan bli rettferdiggjort gjennom ord. Dette blir gjentatt i tekstens siste tekstavsnitt hvor Wilson uttrykker spesifikt at disse slavekvinnene fra Odysseen er litterære konstruksjoner som representerer de kvinner i verden som ikke har fått levd ut sine liv. Ved å eksplisitt avslutte teksten med dette og i tillegg knytte det til en etablert emneknagg i starten, viser dette Wilsons ønske om å bidra med innsikt om et tema gjennom å se på litterære oversettelser. Med dette gjør hun humanistisk kunnskap relevant og knytter noe opp til et større tema. Teksten er en informativ og opplysende tekst, hvor forfatterens egen stemme kommer til syne. Ved å eksemplifisere og kommentere oversettelser er hun med på å overtale oss som leser til at disse oversettelsene er dårlige. På denne måten finner vi også igjen grunnelementet i et essay, nemlig overtalelsen. Wilson bruker flere former for overtalelse i form av retoriske virkemidler, som i å posisjonere seg selv som en ekspert og så kommentere hvordan utvalgte oversettelser er dårlige, gjerne ved bruk av sammenligninger.

Teksten har i tillegg blitt omtalt utenfor Twitter i blant annet *The New Yorker*, som et eksempel på god måte å bruke Twitter på. Wilson skrev sin tekst etter at tegnbegrensningen for innholdet i en tweet hadde blitt utvidet fra 140 tegn til 280 tegn. I tillegg hadde det skjedd en endring, slik at tweeter som er del av tråder nå blir markert tydeligere i nyhetsstrømmer som nettopp en del av en tråd. Til sist ble denne også skrevet når produksjonsforholdene for det å lage tråder var blitt endret på mediet. Produksjonsforholdene gir Twitter nå brukere mulighet til å fylle ut en tråd med flere enheter, slik at forfatteren kan jobbe ut fra formatet, og ikke måtte konstruere det selv. Dette betyr i praksis at Wilson har hatt en ferdig mal å forholde seg til og jobbet med å fylle ut hver tweet med innhold.

3.3.1 Oppbygning av teksten

Hovedkjennetegnet ved formen denne teksten tar er oppdelingen av teksten i korte tekstavsnitt som hver er innholdet i en tweet. På samme måte som Steed og Greenaway avbryter ikke Wilson setninger eller ord midt i, for så å fortsette uheftet i neste tweet. Wilson viser derfor en bevissthet rundt mediets enheter og hvordan disse fungerer. Dette er nok hjulpet av at hun sannsynligvis har brukt den ferdige malen for å lage en tråd. Dette viser igjen hvordan mediet faktisk er med på å betinge oppsettet til en tekst, fremfor at den betinges av konvensjonelle formtrekk. Teksten består av avsnitt fordelt på 19 tweets og den har ingen tittel. At teksten ikke har en tittel vitner også om hvordan mediet påvirker tekstens form. Det er ikke et opplagt sted å skrive inn en tittel, eller en konvensjonell måte å skrive det på i en tweet, selv om Greenway i sin tekst inkluderte en tweet med noe som kan antas å være en tittel, skrevet i versaler. Man er kanskje fremdeles på et trinn i utviklingen hvor hovedfunksjonen til tweets er personlige, direkte og umiddelbare, samtidig som de påvirker tweets som samlet inneholder lengre ytringer og tekster. Til tross for at mediet har endret sin grenseflate som svar på brukernes utviklede bruk av mediet står allikevel tweets som enheter såpass sterkt i mediet at det nok også påvirker hva som er mulig å tweete. Mens en mail har et emne-felt, har ikke en tweet et emne-felt. En tweet er «her og nå». Men tweetene kan også variere mye i hva de inneholder.



Figur 11

Disse fire avsnittene over (Figur 12) viser en variasjon i avsnittenes lengde og innhold som også er å finne i resten av teksten. For eksempel i tweet nummer fire utnytter Wilson trådens oppbygning av tweets. Tweeten inneholder kun et retorisk spørsmål, og ikke noe mer. Dette gir det retoriske spørsmålet en ekstra tyngde ved å stå alene som et avsnitt, mellom to pauser. Dette retoriske spørsmålet viser også hvordan Wilson benytter seg av en analogi for å overbevise leseren om hvordan tolke denne hendelsen fra Odysseen. Selv om det er variasjon i lengde på avsnittene kan ikke lengden overskride mediets tegnbegrensning for hver tweet. Som forfatter er man derfor fanget av formkrav som ikke bare er formelle, men også betinget av mediet.

Tekstavsnittene i de første to tweetene omhandler hva Wilson tenker på den dagen det er postet – fra det generelle (vold mot kvinner) til det mer spesifikke (drap av slavekvinnene i Odysseen). I den tredje tweeten kommer en gjenfortelling av hva som skjer i Odysseen med slavekvinnene når Odyssevs kommer tilbake. Fjerde tweet inneholder, som tidligere nevnt, en tekst som fremstår som en innskutt tanke og et retorisk spørsmål, som en kommentar til gjenfortellingen i forrige tweet. Neste tweet starter med: “Many translations import misogynistic language when it isn't there in the Greek” (Wilson, 2018). Denne fortsetter med eksempler fra flere forskjellige oversettelser i samme tweet. Tekstavsnittet som følger henvender seg direkte til leseren: «Let's look at the simile that describes these women's death.» (Wilson, 2018). Dette tekstavsnittet viser til at det skal komme mer og henviser til teksten i neste tweet, tweet nummer sju, som inneholder en tekst på gresk. Her gjengis similen hun snakker om i forrige tweet, på originalspråket.

Tweet nummer åtte inneholder en tekst om at mange oversettelser indikerer at kvinner er skyld i sine egne handlinger og derfor sin egen død på grunn av disse handlingene. Dette til tross for at originalteksten ikke sier dette. Tweet nummer ni gjengir en oversettelse av similen fra tweet nummer sju, som et bevis på hennes påstand fra tweet nummer åtte. I teksten i tweet nummer ti kommenterer hun de språklige valgene denne oversetteren har gjort som bygger opp om hennes påstand. Tweet nummer 11 inneholder en annen oversettelse av samme simile. Tweet 12 er en kommentar av valg av oversettelse som har blitt gjort. Denne skal også bygge opp om hennes påstand. Dette gjentas i henholdsvis tweet 13 og 14, og tweet 15 og 16. Etter dette gjengir hun sin egen oversettelse av similen i tweet 17. I tweet nummer 18 kommenterer hun sin egen oversettelse: «I hope my version of the violence is not fun or normalizing or sensationalized» (Wilson, 2018). Hun gir videre uttrykk for et annet syn på disse kvinnene, enn at de er selv skyld i sin egen død. Tweet 19 inneholder en avslutning som trekker dette inn i en større kontekst, den samme konteksten hun dro den inn i ved å bruke emneknaggen i den første tweeten. Tweet 19 lyder slik: «These slave women are a poetic construct, imagined not real. But they stand in for millions of real silenced, abused and murdered women, in history and now, who never get to complete their journey» (Wilson, 2018). Avslutningen blir et argument som bygger opp om viktigheten av rettfærdige oversettelser, som er det Wilson i teksten har prøvd å overtale oss til å skjønne viktigheten av. Ved å plassere det i en større kontekst fremstår det som desto mer viktig.

Teksten fremstår som en helhet hvor man følger Wilsons tanker om emne i starten, hvor så teksten konkretiseres til en påstand som Wilson begrunner ved å vise til eksempler på

oversettelser. Wilson kommenterer alle eksemplene for å bygge opp om sin påstand, før teksten avslutter med å knytte alt tilbake til den røde tråden – vold utøvd mot kvinner – og konkretiserer samtidig hvorfor litterære figurer og måter å oversette på er en del av kvinnekampen. Ved å henvende seg direkte til leseren og bruke seg selv som en ekspert som syrlig og sarkastisk kommenterer tidligere oversetteres feilsteg, blir teksten personlig og direkte. Samtidig forsterker det også oppfattelsen av teksten som noe kan brukes, som en tekst som tar for seg noe, fremfor å bare være noe i seg selv.

3.3.2 En tekst, veldig mange avsnitt

Når en tekst er delt opp i flere enheter er det viktig å kunne skape en sammenheng mellom delene. En måte å gjøre dette på er å referere fremover eller bakover i teksten, et kompositorisk trekk som også Steed og Greenaway benytter seg av. I Wilsons tekst finner man flere eksempler på dette. «These slave women» (Wilson, 2018) i tweet nummer 19 refererer tilbake til slavekvinnene i odysseen, som har vært tema for hele teksten. “I hope my version of the violence” i tweet nummer 18 refererer tilbake til hennes egen oversettelse i tweeten før. “The childish half-rhyme, “cozy... grisly”, encourages us not to take any of this too seriously» (Wilson, 2018) i tweet nummer 12 refererer tilbake til oversettelsen i tweeten før. “Let’s look at the simile that describes these women’s death» (Wilson, 2018) i tweet nummer 6 er et frampek på hva som neste tweet vil inneholde, et tilbakepek («these women»), samtidig som det er en metakommentar til hva som skal skje videre i teksten, nemlig en nærmere undersøkelse av denne similen, både på originalspråket og i oversatte versjoner. Slike markører er med på å skape en større sammenheng i teksten enn bare de markørene som autogenereres av mediets kode. Fordi hvert avsnitt inngår i en tweet, som både konvensjonelt og visuelt sett fremstår som en ferdig og avgrenset enhet, må man som forfatter skape en sterkere sammenheng i teksten slik at man som leser kan oppfatte teksten som en tekst. Dette fører derfor til at man som forfatter må planlegge og komponere, ikke bare for å øke sjansen for at en tweet skal bli likt og spres, men også for at tekstavsnitt i tweets også skal fremstå som deler av en større helhet. Men til tross for slike fram- og tilbakepek og metareferanser har ikke tekstavsnittene like mange sammenbindinger som kan skape en sammenhengende tekst som hos Greenaway og Steed. Greenaway og Steed skrev begge sine twitteressays før Twitter endret sin visuelle fremstilling av slike tråder. Dette kan vitne om at den innebygde visuelle fremstillingen av noe som en tråd sammen med den eksplisitte merkingen av den som en tråd («Vis hele tråden») gjør at forfatteren kan tenke mindre på komposisjon for å prøve å skape

en sammenhengende tekst, og mer på tekstdelene i seg selv enn tidligere. Hvis man samtidig produserer teksten i tråd-malen gir det allerede inntrykk av der at avsnittene hører sammen. Dette kan skape en følelse av frihet i komponering av tekst, der man ikke trenger å tenke like mye på å binde sammen teksten, men det fører også til at teksten kan fremstå mer fragmentarisk i publisert form.

Mindre flyt og flere fragmenter

Wilson bruker mye mindre virkemidler for tekstlig sammenbinding i teksten enn det vi har sett Steed og Greenaway gjøre. Vi kan gå nærmere inn på dette ved å se på tweet nummer ni og de etterfølgende tweetene. Tweet nummer ni inneholder et etternavn, etterfulgt av kolon og så en oversatt simile. Ved å se på denne i sammenheng med forrige tweet om dårlige oversettelser kan vi tolke det som at Loeb er et eksempel på dette, selv om det ikke fremkommer tekstelementer som gjør dette mer tydelig. Etter denne kommer Wilsons egen kommentar til oversettelsen i neste tweet. Her starter ikke teksten med fraser som kan skape flyt eller sammenheng, som «When Loeb writes», men heller: ««Hold their heads» refers to [...]» (Wilson, 2018). Wilson går direkte inn på det hun vil kommentere. På denne måten virker teksten mer som som notater og fragmenter. Det er heller ingen flyt i form av sammenbinding som for eksempel «The next example is from». Neste tweet starter direkte med navn på oversetter, kolon og så oversettelsen av similen.

Som noe av det som bidrar til Twitters «message», oppfordrer mediet brukere til å produsere tekster som kan spres og bli interagert med, og å bli lagt merke til i nyhetsstrømmene – og dette krever en komposisjon fra forfatteren. Det kan allikevel virke som at komposisjon av avsnitt innad i tweeten er større en komposisjon av teksten som en helhet. Det er uansett interessant hvordan bruk av sammenbindinger mellom tekstavsnitt blir mindre viktige med en gang det merkes tydeligere at tweetene er en del av en tråd. Det er derfor heller ikke mulig å si at et kjennetegn ved twitteressayet er en sterk forekomst av tekstlige sammenbindinger for å skape tekster som trosser formatet. Nå som det markeres tydeligere i mediet at noe hører sammen blir formen med en gang friere. Dette gjør det også vanskeligere å finne frem til spesifikke kjennetegn ved sjangeren nettopp fordi den fortsatt er i endring, og mediet er i endring fordi brukere har begynt å ta i bruk sjangre som går utenfor hva en tweet opprinnelig var ment å være. Noe annet som også virker inn er teksten muligheter for å ese ut.

Kun linært?

Tweet nummer 12 ble, som alle de andre publisert den 9. mars 2018 og er en av mange tweets i twitteressayes. Men dette er også en tweet der Wilson har laget en avstikker den 20. mars for å utdype innholdet denne tweeten. Dette viser at twitteressayet ikke nødvendigvis trenger å være linært, eller om det kun er en enkelt rekke av lenkede tweets som kan utgjøre essayet. Hvis tid ikke er en markør som er bestemmende, må jo dette sees på som en del – selv om det er en avstikker. Man kan ut fra innholdet vurdere om dette er et forklarende «PS», som kan settes inn mer spesifikt i teksten etter der det er behov, og at mediet gjør dette mulig. Samtidig er essays som sjanger nettopp en sjanger som er vandrende og hvor plutselige omveier og sidesprang kan tas, slik Greenway sitt essay til tider er. Men her blir sidesprang veldig eksplisitt i form av at det går ut som en egen avstikker av twitteressayet og utgjør en form for del av det. I tillegg er det et sidesprang lagt til flere dager etterpå. I motsetning til Steed som i sitt PS refererte til sin tweet nummer 7, går heller Emily Wilson direkte ut fra sin tweet nummer 12 og legger til et sidespor.



Figur 12

Spørsmål om hva som er tekst og hva som er tråd får en helt ny diskusjon her, i Wilson sitt twitteressay. Og om man ikke kan konkludere med at det ikke inngår i selve twitteressayet, kan man i det minste konkludere med at mediet gjør det mulig å bygge ut sidespor fra twitteressayet, som et tre med flere grener.

3.3.3 Paratekstuelle elementer

Twitter genererer som tidligere nevnt en fast paratekst for hver tweet. Forfatterens navn og profilbilde er tydelig til stede sammen med tekstavsnittene og forminsker avstanden mellom forfatter, tekst, og leser. Teksten har som sagt heller ingen tittel og dette påkaller også den samme digitale nærheten til forfatter som hos Steed: «Emily Wilson» står over hvert tekstavsnitt sammen med det tilhørende profilbildet, og fungerer som en form for overskrift som skaper nærhet til forfatteren.

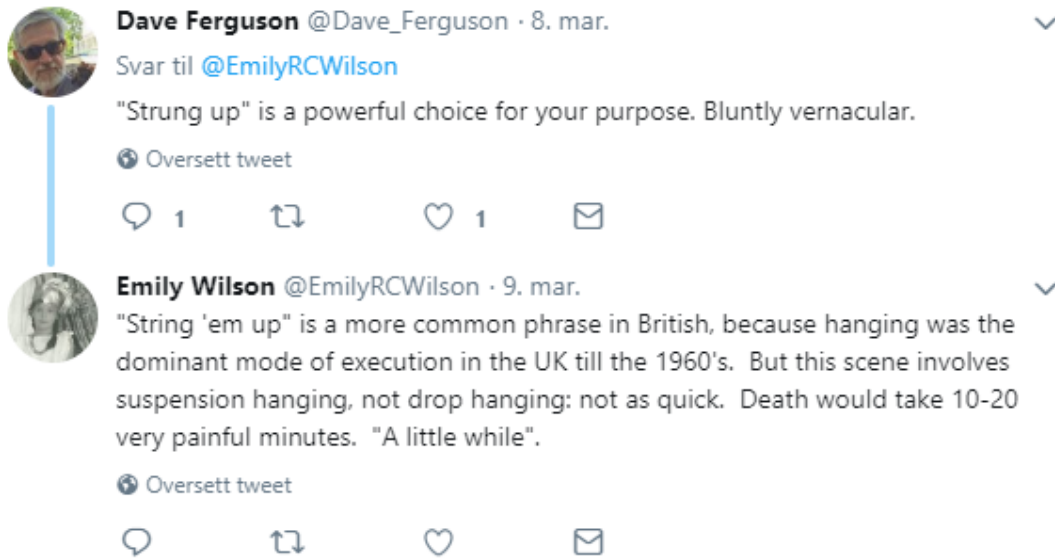
Per medio mai har den første tweeten blitt retweetet 110 ganger, og likt 294 ganger (Wilson, 2018). Som hos Steed og Greenaway har det meste av interaksjonen vært knyttet til det som er starten på tråden. Dette betyr at man som leser forholder seg til noe som en tekst, hvor man forsøker å interagere med teksten som helhet og ikke nødvendigvis med individuelle tekstdele. Informasjonen den gir om antall som har likt og retweetet er også med på å styrke tekstens autoritet ovenfor andre, og styrker autoriteten til teksten i større grad nå enn ved første publisering. Etter at teksten ble publisert har den altså økt i autoritet og autentisitet etter hver gang noen har interagert med den. På den måten forsterkes også denne informasjonen og blir en del av overtalelsen i teksten ved å vise til antall som er enige, som anerkjenner tekstens innhold, og som allerede er overtalt. Som sjanger vil styrken i tekstens overtalelse komme til fra andre lesere – gjennom de medieskapte paratekstuelle elementene, i like stor grad som fra forfatterens egne retoriske grep og formuleringer. Samtidig må allikevel forfatteren kunne komponere gode tekster for at dette skal kunne skje.

Som tidligere nevnt er det en opplysende og formidlende tekst hvor Wilson bruker sin egen kunnskap for å belyse et aktuelt tema, med mål om å nå ut til andre og å overtale dem i den betydning at lesere skal si seg enig med hennes syn. Dette gjør hun i teksten ved å henvende seg direkte til lesere. Dette finner vi igjen i metakommentaren «Let's look at the simile [...]» (Wilson, 2018). Andre eksempler er hvordan Wilson bruker en uformell og personlig tone, som ved starten på teksten: «I know this is a downer but... Today I am thinking about [...]» (Wilson, 2018), «I have been thinking about» og i slutten av teksten; «I hope my translation

[...]» (Wilson, 2018). Et annet eksempel er syrlige og sarkastiske kommentarer mot andre oversettelser, som «Fun times!» og «There's nothing they like more than a good hanging» (Wilson, 2018). Med disse eksemplene får teksten et personlig preg hvor Wilsons stemme blir en tydelig del av teksten.

Med navn og bilde av forfatter, og interaksjonsmuligheter i tweeten, kommer teksten til live som noe man kan interagere med, som er øyeblikkelig og ytres fra en bestemt person som er synlig og tilstede i hver eneste tweet. Det er en følelse av at Emily Wilson prater om noe, fremfor at det er en tekst av Emily Wilson. Teksten holder allikevel på det skriftlige i form av syntaks, grammatikk og tegnsetting, men her ser vi hvordan det muntlige kjennetegnet i *secondary literacy*, som tidligere fantes kun i det muntlige, nå også er tilstede i det skriftlige og blir forsterket av forfatterens bruk av sin egen stemme. Det er likevel vanskelig å si om det er mediet som påvirker denne personlige og tydelige stemmen, eller om forfatterne selv bruker sin stemme for å kunne utnytte dette aspektet ved mediet, og styrke sitt forsøk på overtalelse av deg som leser.

Som tidligere nevnt er det også tweeten som utgjør starten på tråden som har blitt retweetet og likt mest, noe som vitner om at lesere oppfatter teksten som en tekst og vil dele teksten slik det også er tilfelle hos Steed, Greenaway og Lakoff. Teksten har flere kommentarer tilknyttet den første tweeten og den siste tweeten, som indikerer at leserne oppfatter det som en tekst og kommenterer teksten som helhet, fremfor enkelte tekstavsnitt. Kommentarene er av typen «fantastic», «Fantastic thread. Thank you» og «One of the things I really liked about your translation was the attention to women». Alle er eksempler på kommentarer til forfatteren om hva de synes om teksten. Dette gir tyngde til teksten som en tekst og at lesere også oppfatter det slik. Samtidig er dette et eksempel på den forminskede avstanden mellom forfatter, tekst og leser hvor leser kommenterer direkte til forfatteren, noe som gjør at twitteressayet blir en sjanger som tilrettelegger for en mer direkte kontakt mellom forfatter og leser. Tekstavsnittet som inneholder hennes egen oversettelse har fått en kommentar som Wilson igjen har svart på. Dette viser nærheten mellom forfatter, tekst og leser i praksis, til tross for at datoen viser at det er en dag mellom spørsmål fra leser og svar fra Wilson (se Figur 13 under).



Figur 13

Dette eksempelet viser også hvordan man som leser kan velge å kommentere på noe spesifikt, og at dette kan utvikle seg til en dialog mellom leser og forfatter som går ut fra et spesifikt sted i teksten. En situasjon som ikke ville vært mulig – eller langt fra like lett - hadde denne teksten hvert en tale, eller en trykket tekst. Et annet slik eksempel finnes også i kommentarene til hennes beskrivelse av Fagles sin oversettelse, hvor Emily Wilson svarer en som har spørsmål til det hun skriver om (se Figur 14 under).



Figur 14

Bruk av emneknagg

I første tweet inkluderer Wilson den internasjonale emneknaggen for kvinnedagen i sitt tekstavsnitt, som kan sies å være et peritekstuelt element. Dette fremhever tekstens funksjon: den skal opplyse om noe og nå ut til mange. Ved å velge en emneknagg som er anerkjent av andre brukere er det rimelig å anta at Wilson øker sine sjanser for at teksten blir spredd. Wilson bruker også emneknaggen innlemmet i en setning. «[...] for #IWD2018 I am thinking about» (Wilson, 2018). Dette vitner også om en bevissthet rundt det å bruke en emneknagg, fordi emneknaggen nettopp står for noe større. Her representerer emneknaggen kvinnedagen samtidig som den også står for det å være koblet til kvinnedagen som en pågående hendelse. Ved å nevne kvinnedagen i teksten, inkluderer hun teksten som en del av kvinnedagen. Dette viser hvordan mediet gir mulighet for at en tekst umiddelbart kan knyttes til en større diskurs hvor teksten også kan nå ut til flere med en gang.

3.4 “How Trump tweets”

George Lakoff er en kognitiv lingvist og filosof, og professor emeritus ved Berkeley. Han har vært aktiv på Twitter siden 2011 under brukernavnet @GeorgeLakoff. Twitteressayet jeg skal ta for meg ble publisert 3. januar 2018 og er oppdelt i 14 tweets, hvorav starten og slutten inneholder bilder med oversikter i tillegg. Temaet for teksten er hvordan Donald Trump tweeter, hva slags effekter dette har fra et kognitivt lingvistisk perspektiv og hva vi kan gjøre for å motvirke dette. Teksten må derfor sies å være knyttet opp til en pågående hendelse: Donald Trump som president og hans bruk av mediet Twitter. Twitteressayet er både opplysende og formanende til en ønsket oppførsel av leserne. På denne måten kan vi si at teksten er overtalende, at den vil overtale leserne til en ønsket adferd. Den ble skrevet og publisert etter at Twitter utvidet sin tegnbegrensning til 280 tegn, innførte den tydelige merkingen av linkede tweets som tråder og at det ble mulig å bruke en mal til å lage slike tråder. Teksten gikk viralt og har blitt skrevet om hos etablerte nyhetssider på nett som Newsweek, NBC News, Economist og Huffington Post.

3.4.1 Oppbygning

Det mest karakteristiske, som i de andre tekstene, at teksten er delt opp i korte tekstavsnitt som hver utgjør en egen tweet. Disse er igjen lenket sammen og utgjør en tråd. Det er 13 slike tweets som inngår i denne tråden. Teksten har ingen tittel, på samme måte som Steed og

Wilson heller ikke har titler og det er rimelig å anta at grunnen til dette er den samme som tidligere redegjort for i analysen av Wilsons twitteressay.

Tweet nummer en inneholder et avsnitt med en påstand om hvordan Trump bruker Twitter, og at typen tweets han produserer kan falle inn i fire kategorier. Under dette tekstavsnittet følger en teksttung informasjonsgrafikk av disse fire kategoriene, som del av tweeten. Denne inneholder en oversikt med navn på de fire kategoriene, utfyllende informasjon om kategoriene, eksempler på hva de betyr, og tekster fra Trumps egne tweets som eksempler på disse (se Figur 15).

George Lakoff @GeorgeLakoff · 3. Jan.

Trump uses social media as a weapon to control the news cycle. It works like a charm. His tweets are tactical rather than substantive. They mostly fall into one of these four categories.

Oversett tweet

TRUMP TWEETS

1

PREEMPTIVE FRAMING

Be the first to frame an idea

EXAMPLE: The hacking of the DNC was the DNC's fault and Democrats lost by a wide margin. [when in fact it was one of the narrowest margins in US history].

JAN 7

@realDonaldTrump
Only reason the hacking of the poorly defended DNC is discussed is that the loss by the Dems was so big that they are totally embarrassed!

2

DIVERSION

Divert attention from real issues

EXAMPLE: Divert attention away from real issues around conflicts of interest and Russian hacking and toward Meryl Streep's speech at Golden Globe Awards.

JAN 9

@realDonaldTrump
Meryl Streep, one of the most over-rated actresses in Hollywood, doesn't know me but attacked last night at the Golden Globes. She is a.....

3

DEFLECTION

Attack messenger, change direction

EXAMPLE: Attack media in an attempt to erode public trust. Reframe story as "fake news" and establish Trump administration as source of truth.

JAN 11

@realDonaldTrump
Intelligence agencies should never have allowed this fake news to "leak" into the public. One last shot at me. Are we living in Nazi Germany?

4

TRIAL BALLOON

Test public reaction

EXAMPLE: Test public reaction to nuclear arms escalation.

DEC 22

@realDonaldTrump
The United States must greatly strengthen and expand its nuclear capability until such time as the world comes to its senses regarding nukas

1.6 K 31 K 43 K

Figur 15

De neste to tekstavsnittene inneholder mer informasjon om Trumps tweets samtidig som Lakoff også går inn på hvordan lesere (som for eksempel journalister og «social media influencers») faller for Trumps intensjoner. Trump lager en forståelsesramme som andre kan

ta i bruk, han avleder oppmerksomheten fra noe annet, endrer retning på noe eller tester hva offentligheten mener om noe. I tekstavsnittet i tweet nummer fire underbygger han hvorfor dette er sant ved å referere til sitt eget fagfelt og seg selv som en ekspert innenfor dette feltet. Lakoff skriver: «As a cognitive scientist, I can tell you: repeating his messages only helps him» (Lakoff, 2018). På denne måten kan man si at Lakoff benytter seg av seg selv som en ekspert med en ekspertuttalelse om et samtidig fenomen, med ønske om at lesere skal bli overtalt til å forholde seg til Trumps tweeting på den måten han (som eksperten han er) mener er best. Som vi har sett i de andre tekstene er det å sette seg selv i posisjon som ekspert et virkemiddel for å skape en slik form for overtalende tekst som essayet i bunn og grunn er. Med muligheten for å få mer informasjon om personen gjennom profilinformasjon kan man underbygge det at man er en såkalt ekspert. Dette inntrykket vil også forsterkes av antallet som har likt og retweetet tweetene i twitteressayet. Lakoff vil ikke bare kunne posisjonere seg som ekspert på bakgrunn av at han er en relativt kjent professor, men også på andres synlige anerkjennelse av hans tekst.

De neste tre tekstavsnittene inneholder begrunnelser for påstanden om at det å repetere Trumps beskjeder hjelper han. Dette presenteres som tre argumenter, der hvert er presentert som et eget tekstavsnitt. Tekstavsnittet i tweet nummer åtte prøver å møte leseren og eventuelle motargumenter. «I understand the desire to portray Trump as childish or deranged» (Lakoff, 2018), dette etterfølges i samme tweet av en analogi; “do you deal with a child or a deranged person by sinking to their level? Do you mock and scorn them, or trumpet their ridiculousness on the front page?” (Lakoff, 2018). Dette er også et eksempel på et retorisk virkemiddel for overtalelse som fremhever at dette twitteressayet er nettopp en form for essay i sin reneste form – en overtalende tekst. De tre etterfølgende tekstavsnittene starter alle med “Imagine” (Lakoff, 2018), hvor Lakoff så presenterer en ønsket måte å forholde seg til Trump sine tweets på. Etter dette kommer et tekstavsnitt der Lakoff konkretiserer måter å gjøre dette på. Dette tekstavsnittet har også en informasjonsgrafikk i tweeten som utbroderer tre måter man som journalist (primært) kan møte Trump sine ytringer på Twitter på.

George Lakoff @GeorgeLakoff · 3. jan.

We have the power stop him. But we must stop letting him control our media -- and our minds. It's time to give Trump a Twitter Time Out. Let's shrink him down to size. Let's take this weapon out of his hands.

🌐 Oversett tweet

Reporter Playbook

THE DIVERSION TWEET *Don't allow Trump to divert attention from real issues.*

- 1 TALK ABOUT THE TRUTH**
Frame the real issue, like...

✓ RUSSIA
✓ FOREIGN POLICY
✓ BUSINESS CONNECTIONS
- 2 NOTE ATTEMPT TO DIVERT ATTENTION**
*Say that he's diverting attention.
 When claims are false, say why.*
- 3 GO BACK TO THE REAL ISSUES**
*Don't spend too much time on diversions.
 Get right back to the issue at hand.*

Created by @gibilisco
in collaboration with George Lakoff

🗨️ 122 ↻ 2,5 K ❤️ 4,3 K ✉️

Figur 16

Neste siste tweet er avslutningen på teksten og avslutter med en oppfordring og et hovedbudskap for hele teksten: «Cut the damn strings!» (Lakoff, 2018). Dette er også vist til under i Figur 17.



Figur 17

Etter dette følger enda en tweet med enda et avsnitt. Denne er lagt til nesten 2 timer etter den forrige tweeten. Selv uten tidsinformasjonen føles den som en kommentar til teksten, fremfor som en del av teksten, spesielt fordi Lakoff refererer til noe som spres på Twitter akkurat nå (rundt 3. januar). Dette skaper en større øyeblikkelighet og tilknytning til noe mer spesifikt enn det resten av teksten er, som er en generell kommentar til et pågående event – Trump som president på Twitter. Allikevel er det problematisk å si hva som er en del av teksten og ikke når mediet ikke fremmer noen differensiering mellom tweets så lenge de er lenket sammen («trådet»). Dette viser igjen utfordringen med den digitale tekstkulturen er å kunne se hvor en tekst begynner og slutter. En mulighet, som skissert her og i de andre analysene av de andre twitteressayene, er å se på tidspunktet det ble publisert. Et avbrekk i tid mellom de linkede tweets vil kunne gjøre at vi kan si at dette er et tillegg, fremfor en del av selve teksten. På den annen side tillater mediet at man kan legge til noe i en tråd hele tiden og man kan argumentere for alt som blir lagt til av forfatteren vil utgjøre en del av tråden og derfor også en del av teksten. Dette går igjen inn i den større diskusjonen som også har blitt tatt opp i de andre twitteressayene, som alle har lignende problematikk.

I teksten i denne siste tweeten i tråden skriver Lakoff at Trump vil at du skal fokusere på én ting (dette navngis ikke, i tråd med Lakoffs egne anbefalinger), men at det man heller burde fokusere på (i tråd med Lakoffs anbefalinger) er en annen hendelse. Han lenker til et eksempel, og linken går til en artikkel i New York Times om etterforskningen av Trumps forhold til Russland. Hvis du har blitt overtalt tidligere, vil du si deg enig i denne kommentaren.

3.4.2 En tekst, veldig mange avsnitt

Akkurat som hos de andre tekstene (med mulig unntak av Greenaway) har ikke Lakoff sin tekst en tittel heller. Også her blir tweets rammene for twitteressayets oppbygning og viser enda klarere hvordan de begrensningene som ligger i produksjonsmulighetene stadfester seg som et sjangertrekk. Twitteressayet består også her av korte tekstavsnitt som hver publiseres i

en tweet. Tekstavsnittene fremstår også som komponerte. Først og fremst fordi de er produsert og publisert på et medium hvor gode tekster er det som vil bli spredd, lest og interagert med, men også fordi disse også kjennetegnes av at ord eller setninger ikke kuttes midt i, for å fortsette i neste tweet. Her viser forfatter at han forholder seg til tegnbegrensningen som en ramme for å lage oppdelte tekstavnitt. Samtidig varierer teksten i tempo og rytme fordi tekstavnittene ikke alle prøver å maksimere antall tegn man har innenfor en ramme. Eksempler på dette er tekstavnittene i tweet nummer fire og 13 som har henholdsvis 170 og 129 tegn. I stedet for å skrive med den vanlige begrensningen som går på antall ord, blir det her heller å skrive med en begrensning for antall tegn i hvert avsnitt. Som forfatter har man frihet til å variere antallet innenfor denne grensen, som Lakoff også gjør.

3.4.3 Tekstlig sammenheng

Lakoff viser også en planlagthet og komponering i at han prøver å skape en sammenhengende tekst ved å ha tilbakeblikk og frampek i teksten. Tekstavsnittet i tweet nummer fire starter med «they», som refererer tilbake til personer i tekstavnittet i tweeten før. De neste tre tekstavnittene starter med «first», «second» og «third» (Lakoff, 2018) for å understreke at det er underbyggende poenger for en påstand som kom i tweet nummer fire. Disse viser derfor alle tilbake til denne påstanden.

Referering fram og tilbake er som hos Wilson ikke like sterk som hos Greenaway og Steed. Dette kan sannsynligvis være et tegn på at når mediet tydeligere viser som del av sammenheng, trenger man som forfatter ikke å jobbe like hardt for å vise denne sammenhengen. Samtidig har teksten et klart formål og budskap som holder hele teksten sammen, der alle tekstavnittene jobber for å opplyse om hvilken effekt Trumps tweets har, hvorfor dette er sant og hva man selv kan gjøre for å motvirke dette. På dette vis kan man si at oppbygningen har en sterk rød tråd som har som mål å overtale leseren til å mene det samme som forfatteren. Oppbygningen er mer lik Steed sin tekst enn for eksempel Greenaway og Wilson, som er eksempler på henholdsvis mer vandrende og mer fragmentariske twitteressays.

Informasjonsgrafikk

Første og nest siste tekstavnitt i teksten har begge bilder tilknyttet teksten som har som funksjon å utdype teksten. Disse bildene er informasjonsgrafikk, men som er svært teksttunge. Disse er veltagde av en annen person («in collaboration with» (Lakoff, 2018)) og vitner om at denne teksten er desto mer planlagt og har blitt tenkt igjennom.

Det er allikevel nyttig å legge merke til at disse bildene har mye tekst i seg. Oppsettet hadde ikke vært mulig i en tweet, og derfor har det blitt produsert som et bilde som kan legges til avsnittet i stedet. Twitter har en forhåndsdefinert ramme for hva som kan synes som et bilde i en tweet, og hvor bildet navnet. Bildet vil alltid legge seg nederst i det som utgjør forfatterens egenproduserte innhold i tweeten. Er bildet man vil vise større enn denne rammen vil ikke hele bildet vises. Man kan derimot klikke på bildet for å få opp full størrelse. I Lakoffs tweets kan man se hvordan informasjonsgrafikken ikke er i optimal størrelse for at alt skal kunne vises med en gang. Som leser må man derfor trykke på bildet for å få opp hele illustrasjonen. I innholdet i den første tweeten ser man hvordan overskriften til informasjonsgrafikken ikke vises ordentlig (se Figur 15).

En annen grunn til bruken av informasjonsgrafikk er at de gjør tweets mer synlige blant andre tweets i en nyhetsstrøm. Derfor vil det være større sjanse for at den blir lest, delt og spredd. Et bilde er mer synlig enn bare tekst, særlig hvis bildet skiller seg fra teksten og andre bilder. Det blir derfor et blikkfang i strømmen man scroller gjennom. Samtidig fungerer også bildet ved å utfylle informasjonen gitt i tekstform i twitteressayet, informasjon det ikke ville vært mulig å fremstille uten å først lage det til et bilde. Dette er også det eneste av de fire twitteressayene som inneholder bilder, men viser samtidig at det er mulig å lage et twitteressay som består av mer enn bare tekst. Det er derfor ingen hindringer mot å inkludere andre former for semiotiske tegn i twitteressayet.

3.4.4 Paratekstuelle elementer

I sin helhet fremstår teksten som et argument for hvorfor vi skal ignorere Trump sine tweets, hvor Lakoff i løpet av twitteressayet prøver å overtale oss til dette. Selv om mye av teksten forklarer hvordan Trump tweeter og teksten starter med en fredegjørelse av dette, er denne redegjørelsen til for å underbygge Lakoffs argument om at Trumps tweets må ignoreres. Utgreiingen blir noe som hjelper til med å overtale oss som leser til at dette er riktig. Dette kan vi også finne igjen i de andre twitteressayene. Overtalelsen ligger i den utfyllende teksten som ikke bare er et kort konsentrert utsagn i en tweet.

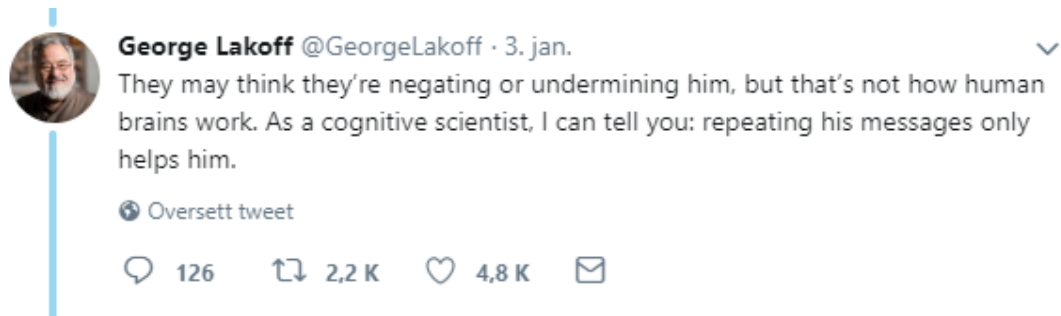
Som de tidligere tekstene har også denne selvfølgelig den faste parateksten som Twitter automatisk skaper. Informasjonen den gir om antall som har likt og retweetet er med på å styrke tekstens autoritet ovenfor andre som nå leser den. Twitteressayets første tweet har per medio mai 2018 blitt retweetet over 31 000 ganger og likt over 43 000 ganger siden 3. januar

2018. Hvis vi forstår en teksts autoritet på bakgrunn av leseres anerkjennelse, vil det si at teksten har hatt en økning i autoritet siden den først ble postet. Mens den på det tidligere stadiet hadde få retweets og likes og kanskje krevde mer av leseres egen vurdering av hva de synes om teksten, vil senere lesere være mer påvirket av andres vurderinger. Man kan konkludere med at det er en forskjellig opplevelse å lese teksten mens den har 1 retweet versus når den har 31 000 retweets. Dette kan sammenlignes med å lese en bok som er titulert som en klassiker (i forlengelsen anerkjent av mange andre) versus å lese en ny bok man har lite bakgrunnskunnskap om. Videre vil også denne informasjonen om hvor mange andre som har likt og delt bidra til å lettere overtale en ny leser om budskapet i teksten. Man kan derfor si at styrken i overtalelse ved bruk av et retorisk grep hvor man påkaller andres enighet i det som sies, øker for hver gang noen sier seg enig i teksten. Med å si seg enig mener jeg først og fremst å uttrykke dette ved å like eller dele (retweete), og sekundært ved å kommentere teksten. Kommentarer dukker også opp i andres nyhetsstrømmer og kan bidra som en form for paratekst til selve twitteressayet.

Nærhet

Teksten holder på det skriftlige i form av syntaks, grammatikk og tegnsetting. Lakoff har derfor, i tråd med de andre forfatterne, en bevissthet rundt det at han produserer en tekst. Det planlagte og det komponerte blir premisser som også Lakoff påvirkes av, og dette hjelper på tekstens anerkjennelse og spredning.

Som hos de andre twitteressayene er det en direkte adressering av leser i teksten, som kan minne om den type adressering som en som taler offentlig gjør til et publikum. Dette blir ekstra tydelig i mediet, som har en digital nærhet og viser aspekter som før var forbeholdt muntlig face-to-face kommunikasjon (Stewart, 2016). Slik forsterker mediet denne adresseringa. Eksempler på steder vi finner denne adresseringen er, som tidligere nevnt, gjennom forfatterens navn og profilbilde som paratekst til hvert avsnitt, som minner oss på hvem som «snakker» - gjennom hele teksten. Mer eksplisitt finner vi i teksten måter Lakoff henvender seg direkte til lesere på, for eksempel tekstavsnittet i tweet nummer fire som inneholder teksten «As a cognitive scientist, I can tell you [...]» (Lakoff, 2018). Denne er også vist til under i Figur 18.



Figur 18

I tekstavsnittet i tweet nummer åtte henvender Lakoff seg direkte til «deg» som leser i sine retoriske spørsmål (Figur 19).



Figur 19

De etterfølgende fire tekstavsnittene inneholder «we» og «our» (Lakoff, 2018), hvor han går fra å snakke til deg, til å snakke med deg som et «vi». Det ender i en oppfordring direkte til leser: «Cut the damn strings!» (Lakoff, 2018). Dette kan bli sett på som et retorisk grep for å understreke ønsket om å overtale leseren. Det er et grep som fremheves ytterligere av forfatterens tilstedeværelse gjennom profilbilde og navn, og den digitale nærhet og øyeblikkelighet man opplever på mediet. Denne personlige og direkte kommunikasjonen med leser finnes også i de andre twitteressays som har blitt analysert. Det er riktignok usikkert om vi kan kalle det et kjennetegn ved twitteressayet, eller om det er fordi disse essayene har et sterkt fokus på overtalelse. Kanskje kan mediet påvirke at det er denne adresseringen man bruker, fordi det er et sted hvor man ytrer seg fremfor å publisere tekster hvor avstanden til forfatter er lagt i mediet. Siden mediet allerede fremmer en digital nærhet mellom forfatter, tekst og leser kan man benytte det til sin fordel i et (implisitt eller eksplisitt) overtalende essay.

Det ligger allerede til rette for leseren å interagere med teksten og forfatteren. At forfatteren også henvender seg direkte til leseren kan bidra til å forsterke interaksjonsmuligheten. Å oppleve at forfatteren henvender seg direkte gir teksten et dialogisk preg som gjør at man som

leser føler en oppfordring til å svare ved å for eksempel like teksten. Ved å like og retweete som leser anerkjenner man at man er overtalt, at forfatteren har fått gehør. Ikke minst ovenfor andre lesere, men også ovenfor forfatteren selv som vil oppleve en direkte respons på sin tekst, mye raskere og mye nærrere enn hvis den var trykket som et innlegg i et tidsskrift. Et kjennetegn ved twitteressayet er at sjangeren har en digital nærhet mellom sender og mottager – mellom forfatter og leser – og at denne nærheten bidrar til å forsterke elementet av overtalelse som ligger i teksten. Det blir ikke teksten som skal overtale meg som leser, det er også Lakoff selv som skal overtale meg.

3.5 Oppsummering av funn

Analysene av disse fire twitteressayene har vist hvordan vi først og fremst har å gjøre med en sjanger i utvikling, all den tid mediet tilpasser seg for å fremme sjangeren, som igjen gjør at den utvikler seg videre. Det er en forskjell mellom twitteressayene produsert og publisert før høsten 2017 og de etter, på flere måter. Tegnbegrensningen og tweeten som en separat enhet er allikevel det viktigste aspektet ved Twitter i det som påvirker sjangerens form og hvordan dette påvirker hvordan forfatterne bygger opp og oppdeler teksten sin og som gjør at teksten får veldig mange små avsnitt.

For det andre viser analysene at essayets element av overtalelse kommer i kontakt med mediets digitale og sosiale aspekter. Det vil si at den øyeblikkeligheten som ligger i en muntlig temporalitet påvirker og smitter over på sjangeren. Tegn til mer direkte henvendelse, mer personlig og uformell tone fra forfatterne er et eksempel på dette. Dette opptrår i samspill med navn på forfatter og profilbilde som tydelig tilstede i hvert avsnitt. De autogenerated paratekstuelle elementene bidrar også til å øke tekstenes autentisitet og autoritet. De epitekstuelle elementene i tweets ser ut til å ha en dobbelt rolle i å både bidra til tekstens autentisitet men også i form av å tilrettelegge og mediere måter man kan interagere, spre teksten og være i kontakt med forfatteren på.

For det tredje viser analysene at i hvert fall tre av twitteressayene er knyttet opp til noe aktuelt og som allerede er en del av og diskuteres i offentligheten. Dette kan vitne om at mediet nærmest tvinger frem twitteressays som kommenterer noe aktuelt.

For det fjerde viser twitteressayene at de som digital tekst på et digitalt medium gjør at det kan oppstå vanskeligheter med å avgjøre hva som inngår i teksten og ikke. Alle twitteressayene er

ikke nødvendigvis overlappende i lengde med tweets som inngår i tråden, hverken fra start eller slutt. Wilson sitt twitteressay viser også hvordan nye «stiklinger» av teksten også skaper problemer med hvor teksten starter og hvor den slutter når den ikke nødvendigvis er lineær. Dette gjør det i forlengelsen vanskelig å si nøyaktig hva et twitteressay består eller kan bestå av.

4. Drøfting: Twitteressay i tråd med tiden

Til nå har jeg analysert fire twitteressays ved å fokusere på innhold, form, funksjon og hvordan dette påvirkes av de mediale betingelsene hos Twitter, som igjen påvirker tekst og formidling. Jeg skal nå drøfte mine funn og betraktninger opp mot mine problemstillinger om hva et twitteressay er, hva som har skjedd når sjangeren har emigrert fra det trykte bokmediet, og hvordan det egner seg som en formidlingssjanger. Drøftingen er delt opp i to deler hvor jeg først ser på twitteressayet som sjanger og dernest som formidlingssjanger. Jeg skal i hovedsak drøfte hvordan mediet presenterer innholdet og hvordan dette skaper medialt betingede sjangertrekk, og videre hvordan man som leser forholder seg til innholdet i et twitteressay på Twitter. Med benevnelsen twitteressay mener jeg, som tidligere nevnt, et mediespesifikt essay som er skrevet i og distribuert gjennom Twitter, der Twitters mediale affordanser er med på å forme teksten. Jeg har hatt som utgangspunkt at fordi dette er en term som brukes, burde den undersøkes med den hensikt å se på hva den egentlig betegner og hvordan det slekter på essay i sin tradisjonelle trykte form. Jeg har med vilje i det teoretiske rammeverket nettopp gått ut fra en ny-retorisk sjangerteori, hvor jeg også har brukt brede definisjoner av essay med fokus på grunnelementet i et essay – overtalelse – slik både de Obaldia (1995), Scholes & Klaus (Scholes & Klaus) og Woolridge (2012) kommer frem til at ligger i essayets essens.

4.1 Plassert i mal, men ikke malplasset – om hvordan Twitter gir form til twitteressayet

Twitteressayets form avviker fra trykte essay ved at den i mye større grad utformes av Twitter. Et av hovedfunnene fra analysen er nettopp hvordan teksten er oppdelt i veldig mange tweets, og at disse separate enhetene – eller digitale objektene – fremstår som mer separate enn avsnitt og kapitler, men samtidig fortsatt utgjør en samlet helhet. Dette kan vi se gjennom forfatters komposisjon og oppbygning, og gjennom at leserne oppfatter den som en helhetlig tekst i måten de interagerer og kommenterer.

Tegnbegrensningen, og tweeten den opptrer i, er en av Twitters karakteristikk ifølge Wikström (2017), og noe som inngår i et av de sentrale operasjonelle aspektene ved twitter som et kvalifiserende medium. Disse tweetene har igjen i seg avsnitt av teksten, og disse avsnittene sammenfaller med tweets. Man kan derfor si at en tweet inneholder et avsnitt. Et tomrom er et paratekstuel element som klargjør at noe er et avsnitt, og i twitteressayene skapes

disse tomrommene av mediet mellom hver tweet. Dette kan man også se i de fleste figurene i analysen, som inneholder skjermdumper av flere tweets sammen. Formen er altså bestemt av mediet i større grad enn av sjangerkonvensjoner. Det som blir mediert er skapt av en forfatter gjennom et medium, som har gitt forfatteren visse begrensninger som er med på å påvirke formen. Mens essay slik vi kjenner det har hatt en lite definert form – nærmest formløst – som også har vært grunnen til at det lett overlever emigreringer fra medium til medium, har det – når det har emigrert over på Twitter – fått en mer definert form, takket være mediet. Det fremstår derfor som fastere. Tegnbegrensningen gir også i forlengelsen av dette twitteressay en suggerende rytme, mer enn kanskje en flyt. Dette kan sees ved at tegnbegrensningen gjør at veldig mange av avsnittene er omtrent like lange. Men det er rom for skift i rytme gjennom muligheten forfatteren har til å bruke langt færre tegn enn det som er maksimalt tillatt. Dette ser man for eksempel i Lakoff sine avsnitt, samt hos Wilson i avsnittet som kun inneholder et kort retorisk spørsmål. Disse er også skrevet med en tegnbegrensning på 280 tegn, noe som kan gjøre det lettere å bruke langt færre tweets, enn hos Steed og Greenaway, som kun hadde 140 tegn per tweet å boltre seg på. Men hos Greenaway kan vi se hvordan avsnittene med metakommentarer også er med på å endre den faste rytmen. Disse henvendelsene, eller forklaringene på hvor teksten er på vei eller skifter retning, skaper et stopp i rytmen ved at de ofte er korte, og i tillegg i parates. Forfattere har derfor mulighet til å skape endringer i rytmen. Dette er kanskje aller tydeligst i hvordan Lakoff bruker informasjonsgrafikk i tillegg til tekst. Til tross for bruk av bare to informasjonsgrafikker – som også er teksttunge – viser det hvordan en tegnbegrensningsrytme kan forsvinne når man bruker lengre tid i tweeten på å se på bilde og studere den tekstlige illustrasjonen.

Twitteressay har altså en fastere form med en tendens til en fastere og mindre flytende rytme. Dette er til forskjell fra de diffuse epitetene som tidligere sjangerteoretikere har ramset opp om essayets form, som at det er spontane, korte, skeptiske, forklarende, subjektive, basert på erfaring og observasjon, konverserende, fragmentariske, elastiske, umetodiske og frie (Woolridge, 2012) Twitteressayets form er en tekst oppdelt i lenkede tweets som samlet utgjør hva som på mediet blir kalt en tråd. Denne oppdelingen skjer fordi tweets har tegnbegrensninger. Tegnbegrensningen er en av de sterkeste karakteristikkene for Twitter som medium (Wikström, 2017), derfor er det naturlig at det også vil påvirke det som blir produsert. Men denne formen er ikke spesiell for twitteressayet. Som tidligere nevnt flere steder gjennom oppgaven, er det flere sjangre i en tråd, og man kan nesten spørre seg om det er riktigere å kalle sjangeren en tråd, med dertil undertråder: at vi heller har å gjøre med en essayistisk tråd.

Twitteressayet deler derfor form med en rekke andre sjangre som framkommer i tråd-form på Twitter.

Men tilbake til avsnittene: Jeg har allerede nevnt hvordan trådens oppbygning gir tomrom mellom tweets, noe som forsterker at innholdet skal tolkes som avsnitt. Men dette med at det kan sees på som et avsnitt, hviler også på forståelsen av at det som er publisert i tweeten er en tekst som ikke brytes midt i et ord eller en setning, for så å fortsette sømløst i neste lenkede enhet. Er dette et pålagt krav fra mediet eller er dette et forfattervalg? Som forfatter kan man skrive til man går tom for tegn og sømløst fortsette videre i neste linkede tweet. Likevel viser twitteressayene som er analysert at forfattere heller velger å variere tegnlengde på innhold i tweetene, for så å fullstendige avsnitt i hver tweet. Dette viser at forfatterne har en bevissthet rundt mediet og enhetene en tråd består av, og den konvensjonelle bruken av mediet som tilsier at en tweet skal kunne være en selvstendig ytring. Det er derfor vanskelig å si om det er mediet som skaper en tekst med mange korte avsnitt (på bakgrunn av konvensjonell bruk av mediet), eller om det er forfatteren som selv går inn for det. Mest sannsynlig er det et samspill av begge. Måten å forfatte et essay som oppdelt i mange små avsnitt blir kanskje fremsatt av mediet som logisk, og dermed er det kanskje mindre en personlig stil og snarere en mer mediepåvirket form dette er snakk om. Eventuelt kan det også være en slik måte å komponere et twitteressay på som kan gjøre at det kan anses som et godt twitteressay. Med et godt twitteressay kan man si at det tar hensyn til mediets logikk, og sikrer en lettere lesning og en økende sjanse for spredning og deling. Dette henger også sammen med de betraktninger jeg i analysen gjorde om avsnittenes oppbygning – nemlig at mange fungerte som uthevede sitater, som igjen bidro til at flere deler av essayet ble delt og skapte større spredning. En rimelig konklusjon er at en bevissthet fra forfatterne om hvordan mediet fungerer kan bidra til et godt oppbygd twitteressay.

Derfor kan man si at mediet i stor grad bestemmer at teksten skal bestå av avsnitt og maksimum lengde på disse, men den bestemmer i mindre grad antall avsnitt teksten består av. Det er rimelig å anta at dette både skaper en bedre leseropplevelse, og gjør det mulig å dele og spre avsnitt som uthevede sitater. Man kan sammenligne dette med boka, hvor boksider ikke blir like viktige for konstruksjonen av teksten. I en bok går teksten til den er ferdig, og sider er bare en måte å dele opp teksten i ettertid slik at den blir fysisk håndterbar. I en bok kan en setning starte på en side og fortsette på den neste, uten problemer for leseren. Det er interessant å merke seg hvordan tweets som enheter påvirker formen, når boksider i en bok ikke gjør det samme, altså at tweets fremstår som sterkere separate enheter. Det betyr ikke at boksider ikke

utnyttes, for en forfatter kan med vilje skrive med mediet i tankene, og på den måten skape en tekst hvor hvert avsnitt er på en side, slik man ofte kan se i barnebøker. Det er derfor rimelig å anta at Twitters kommunikative aspekter påvirker teksten mer enn det som er tilfelle boka, hvis vi skal kunne sammenligne tweets og sider. På den annen side er boka et statisk medium som har hatt sin form i over 300 år, mens twitteressayet befinner seg på startstreken av sin sjangerutvikling. Twitter er heller ikke et statisk medium slik boka er, men et medium som stadig endres. Bokas incunabulum tok 50 år slik vi kjenner den i dag, twitter – på den annen side – blir fortsatt utviklet og består av dynamiske elementer i seg selv. Dette har også sammenheng med at det også er lettere å endre, slik Manovich (2001) trekker frem i sin utredning om nye mediers logikk. Som en form for symbiotisk forhold mellom menneske og mediet, har mennesket begynt å lage lengre tekster bestående av mer enn 280 tegn, og mediet har igjen påvirker hvordan disse lengre tekstene bygges opp.

Tekstlig sammenheng

I analysene av twitteressayene har jeg vist hvordan særlig Greenaway og Steed bruker ulike virkemidler for å koble avsnittene sammen slik at de fremstår som del av en større enhet, spesielt ved å bruke fram-, tilbakepek og metakommentering. Selv om dette kan sies å være et tidligere kjennetegn ved twitteressay, er det ikke like fremtredende nå, i alle fall ikke ved de to twitteressayene jeg analyserer, hvor begge ble skrevet etter mediets endringer i paratekstuell markering og produksjonsmuligheter. Dette viser i stedet at når mediet tydeligere markerer at noe hører sammen, trenger man som forfatter ikke nødvendigvis gjøre det selv. Wilsons twitteressay er et eksempel på en tekst som har få virkemidler som binder teksten sammen. Ser man Wilson opp mot Lakoff, har Lakoff flere eksempler på en tydeligere sammenhengende tekst og tar i bruk flere slike virkemidler enn det Wilson gjør, selv om begge ganske sikkert har produsert teksten med tråd-malen. Men de har begge færre tekstlige sammenhenger enn Greenaway og Lakoff. Når mediet tydeligere markerer noe som en tråd, gjør det at forfatteren kan tenke mindre på komposisjon, og bruker derfor færre virkemidler for å skape en sammenhengende tekst. Hvis man som forfatter produserer teksten i trådmalen (se Figur 1 i teorikapitlet) gir det allerede inntrykk av at noe hører sammen. Som jeg bemerket i analysen, gir det kanskje forfattere en følelse av frihet i komponering av tekst slik at man ikke trenger å tenke like mye på å binde det sammen tekstuelt. Men dette kan også føre til en mer fragmentarisk form publisert som en tråd, slik vi ser den hos Wilson.

Mediet oppfordrer på mange måter brukere til å produsere tekster som kan spres og bli interagert med, og dette krever komposisjon. Det kan allikevel virke som om komposisjon av avsnitt innad i tweeten er større enn komposisjon av teksten som helhet. Dette kan kanskje henge sammen med tweets som separate enheter, samtidig med at, når mediet signaliserer at noe er en lengre tekst, trenger ikke forfatteren lenger bry seg om å få det til å bli en lengre tekst. Her gjør mediet jobben allerede. Godt komponerte avsnitt vil samtidig kunne fungere som uthevede sitater, og jo flere som fungerer som dette, jo flere kan egne seg til å bli retweetet av lesere. Derfor vil også sjansen for at teksten når ut og utenfor sin sfære bli større.

At Greenaway og Steed i sine twitteressays bruker mange virkemidler for å skape sammenheng mellom avsnittene kan også vitne om at de har tatt i bruk mediet til noe annet enn det det har vært ment for og skapt for. De må derfor jobbe *mot* mediets logikk for å få det til. Alle måtene de skaper sammenheng i tekst på er ikke spesielle for mediet, men helt vanlige måter å skape tekstlig sammenheng. Det som imidlertid er spesielt er at de står i interaksjon med mediespesifikke elementer, og at de brukes for å forsterke at tweetene utgjør en samlet tekst, og ikke bare er lenket sammen ved bruk av reply-knappen. Greenaway og Steed blir da eksempler på det som kjennetegner medier: de er i stadig utvikling, og formes av de som bruker det, slik vi kjenner det fra McLuhan (1967). Mediet skapes som en form for forlengelse av oss, men endres også som følge av at mennesker utviklet bruken av mediet. Ved å jobbe for å endre leseres forståelse av at en tekst kan gå over flere tweets, endrer man også mediets «message». Fra å inneholde korte ytringer med mindre nyansert innhold, kan man nå publisere lengre tekster med et innhold som har muligheten til å gå under overflaten på temaer.

4.2 Hvor starter og stopper teksten?

Funn fra analysene har vist at det kan være problematisk å avgjøre hvor teksten starter og stopper. Dette henger sammen med at digitale medie- og tekstkulturer også utfordrer vår forståelse av teksters grenser. Digitale tekster har nye attributter som skiller seg fra trykt tekst (Hayles, 2012), forskjellen ligger i tekstens interne strukturer, funksjonaliteter og kommunikative muligheter. Det er ikke lenger like klart hvor en tekst begynner og hvor den slutter, likeså mye som det er uklart å bestemme hva som er en del av selve twitteressayet, og hva som er utenfor. Selv om man kan definere hva teksten i en tweet er, kan det være vanskeligere å definere hva teksten i en tråd er. I analysene har jeg pekt på flere markører som kan bidra til å avgrense hva teksten er. Én slik markør er forfatteren. Det vil si at en tekst har

en forfatter, og andre som svarer på hans tweets starter nye konversasjoner og blir ikke en del av den samme tråden. På denne måten kan man si at teksten ikke utgjør et innlegg i en tråd, eller at hele tråden er en dialogisk tekst, men at teksten har en start og en slutt definert av forfatterens første og siste tweet, og at andre som kommenterer og blir en del av tråden heller starter en separat konversasjon. Dette er kanskje den enkleste markøren å argumentere for, men er alle tweets forfatteren har i en tråd en del av teksten? Er noe av teksten peritekstuelle elementer? En annen markør er tid. Siden hver tweet oppgir når den er publisert, kan man argumentere for at tweets som forfatteren selv legger til lenge etter de foregående tweetene ikke vil være en del av teksten, men heller fungere som en kommentar til teksten. Samtidig vil ikke dette nødvendigvis gå hånd i hånd med litterære markører. I analysen av Steed sitt essay peker jeg nettopp på hvordan han har lagt til en tweet i tråden sin 2 år senere, og hvor det i teksten inngår et «PS», en peritekst som signaliserer at dette er noe som skal legges til teksten. Men denne «PS» kan også leses som at det er begrenset hva forfatter kan legge til. Teksten har allerede hatt en avslutning, som også tekstlig er uttrykt med «bottom line». Dette gjør at det er begrenset hvordan man kan fortsette teksten. På sett og vis vil alt som legges til på denne måten bli et PS, ettersom det ikke er mulig å redigere en tekst på Twitter, foruten å slette den. En annen problematisk markør er nummerering. Både Steed og Greenaway har brukt nummerering. Der Steed har brukt det gjennomgående i sin tekst, har Greenaway brukt det kun én gang ved å markere tweet nummer tre i tråden med nummeret 1.

Som vi har sett i analysen av Wilson sitt twitteressay, kan enkeltstående tweets få forgreninger i form av digresjoner. Wilsons digresjon er lagt til nesten 2 uker etter at twitteressayet først ble publisert. Betyr dette at twitteressay har potensiale til å fungere i en trestruktur? Her reflekteres det tradisjonelle essayets kjennetegn som vandrende, fragmentarisk og med mulighet for digresjon på en helt ny måte, ved at det faktisk går en stikling ut fra hovedtreet, så å si. Selv om dette bare er tilfelle ved Wilson sitt essay, og ved at Steed i sin PS refererer til tweet nummer 7 – fremfor å legge en faktisk stikling fra tweet nummer 7 om den – viser dette hvordan digital tekst nettopp får nye attributter, og at mediet kan tillatte tekster som er forgrenede fremfor lineære. Dette skiller seg derfor fra for eksempel bokmediet, hvor det ikke er like lett å legge til digresjoner og tillegg i verket uten at man må trykke opp hele verket i en ny utgave. På Twitter er teksten sårbar for revisjon og åpen for stadig endringer ved at det er mulig å legge til tweets etter to uker (som hos Wilson) eller nesten 2 år (som hos Steed). Men samtidig er det begrenset hva slags revisjon som er mulig.

Som påpekt tidligere, er det ikke mulig å redigere eller slette teksten uten å slette tweeten, som da gjør at tråden går i oppløsning. Men det er selvfølgelig mulig å slette hele tråden for å så å tweete en ny revidert versjon av den, om det så er ønskelig. Uansett kan man konkludere med at det kan til tider være vanskelig å avgjøre hvor start og slutt alltid er. Starter den med det som utgjør teksten, eller starten den med for eksempel de peritekstuelle elementene Greenaway tweet før han starter med «1.»? Slutter teksten med «bottom line», eller slutten den med «PS»? Er det å ta med «PS»-innlegget å gjøre det til en ny versjon, slik at man kan snakke om twitteressayet før PS og twitteressay etter PS? Muligheten for å legge til og å retweete gjør også at man kan gjenaktualisere en tråd ved å knytte den til noe nytt som er aktuelt. Man har som forfatter også mulighet til å sitere sin egen tråd og sette den inn i en ny kontekst for å gi den nytt liv. Er dette da en ny versjon av twitteressayet?

Alle disse eksemplene viser hvordan det noen ganger kan være vanskelig å definere hvor et twitteressay starter og stopper i mediet. I hvert fall når mediet selv markerer alt med «Tråd», uten å differensiere nettopp hva som utgjør selve teksten i tråden. Her er derfor heller ikke mediet til hjelp. Særlig når mediets genererte pre-signaler taler for at alt er en ting (tråd, «vis hele tråden», vertikal linje), mens teksten i seg selv eller forfatterproduserte peritekster taler for noe annet. Flere markører er aktuelle for å kunne brukes til å definere hvor noe starter og slutter, men det er vanskelig – særlig i et medium i stadig utvikling – å konkludere med akkurat hvor noe starter og slutter, og om det bare er snakk om lineære oppbygning av twitteressays som er mulig.

4.3 Paratekstenes rolle i å forhold oss til teksten

Tweets er som tidligere nevnt digitale objekter, slik Manovich (2001) presenterer som kjennetegn for hva digitale medier består av. Det betyr at hvert av avsnittene er produsert og publisert i digitale objekter som fremstår som separate enheter. I disse enhetene ligger også Twitter-produserte paratekstuelle elementer. Som paratekstuelle elementer er de med på å gjøre en tekst til en tweet, men som digitale paratekstuelle elementer er de også med på å påvirke teksten og sjangeren. I analysene mine har jeg sett på hvordan både peritekstuelle og epitekstuelle elementer påvirker hvordan vi tolker og forholder oss til teksten, med særlig tyngde på de mediegenererte paratekstene. Dette på bakgrunn av Genettes teori om paratekst, og at disse gjør noe med teksten og får oss til å forholde oss til teksten på en bestemt måte (Genette, 1997). Det som gjør det komplisert er ikke bare at Genettes parateksteori ble utviklet

i de trykte mediers tid, men også at de digitale paratekstene fungerer på den samme hybridiserte måten som mediet: de uttrykker både en øyeblikkelighet og en vedvarenhet om teksten. De sier noe om teksten på bakgrunn av hva forfatteren har satt som sin signatur og lesernes holdning til teksten.

4.3.1 Forfatternavn og profilbilde

Det er forfatteren selv som oppgir hva sitt forfatternavn, brukernavn og profilbilde skal være. Disse er det første som møter en som leser av en tweet. I denne oppgaven har jeg ikke gått spesifikt inn på hva hver person har gitt seg som brukernavn og navn og profilbilde, for dette er igjen en helt annen og mye lengre diskusjon om hvordan tolke disse semiotiske tegnene: hva sier egentlig bildet? Og endres signaturens signaler når profilbilde endres? Men jeg har sett på det som et viktig moment at det eksisterer profilbilde, «navn» på forfatter og brukernavn som et peritekstuelt element lagt inn av Twitter (men som brukeren har laget selv). Denne fungerer som en form for signatur. Som Genette (1997) hevder, er navn på forfatter en av de viktigste paratekstuelle elementene, fordi det er en signatur som går god for teksten og sier noe om hvem som står ansvarlig for teksten. På Twitter blir dette både navn, brukernavn og profilbilde som utgjør signaturen. Og denne signaturen er også det som møter deg som leser først i en tweet, og hver eneste tweet i en tråd. En slik tydelig signering fungerer videre i symbiose med et annet trekk ved mediet, nemlig dets øyeblikkelighet og det eksplosivt sosiale i mediet. Men dette er noe jeg vil komme tilbake til senere når jeg går nærmere inn på disse aspektene ved mediet, før det er det nødvendig å redegjøre for de andre elementene.

4.3.2 Interaksjonsfunksjoner og protokoll

Etter hvert tesktavsnitt i tweeten forekommer det en linje med tegn som utgjør interaksjonsfunksjoner og en form for protokollført oversikt over antall som har kommentert, likt eller retweetet den tweeten. Dette epitekstuelt elementet er helt og holdent automatisk produsert av Twitter, og har som funksjon å legge til rette for både en måte å interagere med teksten eller forfatteren som har skrevet teksten på, samt som et epitekstuelt som forteller noe om teksten i betydningen hvor likt den er. Tallene for antall likes, kommentarer og retweets vil indikere om teksten anses av andre som bra, om den er blitt anerkjent, og av hvem. Av hvem får man vite ved å trykke på tallet for å få opp en liste med alle som også inkluderer navn og profilinformasjon. Dette betyr også at den samme teksten, eller den samme tweeten,

kan fremstå som forskjellig i henhold til hvor anerkjent den virker overfor en som leser den, når det står for eksempel 1 på alle interaksjonene, sammenliknet med når det står flere tusen på de.

Hvilke protokoller viser til teksten som helhet, og ikke bare tweet?

I min analyse av twitteressayene har jeg vist til antall likes, retweets og kommentaren tråden har fått ved å henvise til den første tweeten i tråden (eventuelt den tweeten som anses å inneholde starten på teksten). Dette er fordi akkurat denne tweeten har et mye større antall enn de andre tweetene som tråden består av, og det derfor kan anses som at man som leser indikerer at man anerkjenner hele teksten ved å like eller retweete starten. Kommentarer til teksten på den annen side, varierer. Både det som anses som slutten og det som anses som starten er aktuelle for å kommentere teksten som helhet, jamfør kommentarene jeg finner fra brukere som gir et kompliment til teksten som helhet eller takker for en god tekst. Allikevel ser man fra analysene at andre tweets som tråden består av også blir retweetet eller kommentert på. Disse er gjerne avsnitt som kan fungere som uthevede sitater av teksten og som derfor retweeten av den grunn. Eller, som tilfelle hos Wilson, at et enkelt poeng i et avsnitt skaper spørsmål som gjør at andre brukere stiller spørsmålet ved å trykke på reply-knappen for akkurat den tweeten. Men da går også spørsmålet mer bestemt på innholdet i den tweeten, og ikke teksten som helhet. Det er derfor interessant å merke seg at det har oppstått konvensjoner for hvor man liker og hvor man kommenterer når man skal forholde seg til hele teksten fremfor en del av den.

4.3.3 Emneknagg

Av alle de fire forfatterne har Wilson brukt en emneknagg i sin tekst. En emneknagg må sees på som et peritekstuelt element, selv om det står midt inne i en setning. Men dette viser også mulighetene som digitale tekster har, og hvordan paratekstuelle elementer kan oppføre seg annerledes i det digitale. Ved å bruke en etablert emneknagg for den internasjonale kvinnedagen, er hun med på å hjelpe leserne til å sette sin tekst inn i en bestemt kontekst, nettopp at dette har med kvinnedagen å gjøre. Emneknaggen fungerer som en link som også virtuelt setter teksten selv inne i den konteksten. Teksten kategoriseres ved hjelp av emneknaggen for å indikere en assosiasjon til en hendelse og linker derfor teksten til andre. Dette fasiliteter i forlengelsen interaksjon mellom individer som er fremmede for hverandre (Murthy, 2013), og er noe jeg vil komme tilbake til senere i drøftingen.

4.3.4 Andre forfatterskapte peritekster

Steed nummererer for å vise at noe skal leses i en bestemt rekkefølge, og står i en bestemt rekkefølge. En slik nummerering er ikke tilstede i de andre essayene (med unntak av startnummeret til Greenaway), og viser at det er en utvikling ved at jo flere pre-signaler mediet setter inn om at man kan forvente seg en tråd, jo mindre kan behovet fra forfatterne om å markere den som en lengre tekst være. En slik nummerering er dog ikke et kjennetegn spesifikt for twitteressayet, men heller generelt for sjangre i trådformat. Men det illustrerer et poeng om at twitteressayet er en sjanger som er i endring som følge av mediets endringer. En annen peritekst som mangler fra disse essayene er tittel. Nå er ikke dette et obligatorisk peritekstuelt element, men det er konvensjonelt å gi tekster en tittel. Et mulig unntak er Greenaway sin tekst, hvor man kan argumentere for at det som fremkommer i versaler som «today's topic» også er tekstens tittel.

Mens forfatteren har færre muligheter ved at mediets koding begrenser de mulighetene forfatteren har til å legge inn forskjellig typer peritekst, har Twitter desto mer epitekstuelle elementer som automatisk legges rundt teksten. Ikke bare forteller de oss at noe er en tweet og hvorvidt denne tweeten er en del av en tråd, men som medieproduserte paratekster får de oss til å forholde oss til teksten på en viss måte. Det er allikevel ingen paratekstuelle elementer som er med på å gjøre tråden til et twitteressay, som sender signaler om at det er essayet vi vil finne. Dette betyr i forlengelsen at man må se på hvilke kjennetegn ved essayet som er tilstede i twitteressayet.

4.4 Twitteressay som sjanger – rett sjanger / rett tid?

Til nå har jeg drøftet hva de epitekstuelle elementene gir mulighet for. I forlengelsen av dette blir det fruktbart å se dette i symbiose med den eksplosive sammenkoblingen og den muntlige temporaliteten som også er tilfelle for Twitter som et digitalt og sosialt medium. På bakgrunn av Manovich (2001), Hansen (2010) og Fuchs (2017) sin presisering av hva som gjør noe til et digitalt sosialt medium, kan Twitter betegnes som et medium som er intensivt og eksplosivt sammenkoblet, fordi det tillater mer direkte produksjon og kommunikasjon mellom mennesker. Dette må derfor antas å ha en effekt på sjangeren. Hvordan fungerer en tekstsjanger i en slik kontekst og et slikt miljø? Hva gjør det med sjangeren?

Som nevnt tidligere viser Giltrow og Stein (2009) til at internettsjangre er forskjellige fra skriftlige og muntlige sjangre. Først og fremst er sjangeren til stede i en ny kommunikativ kontekst. Denne konteksten er at det skriftlige er satt inn i den samme temporaliteten som før var forbeholdt det muntlige, og hvor mediets mediering av det å være i nettverk med andre også er til stede, i samspill med mediering av faktisk innhold. Dette er hentet fra Stewarts (2016) beskrivelse av hva som kjennetegner *secondary literacy* og fra Hansens (2010) redegjørelse for hva som kjennetegner digitale medier til forskjell fra tradisjonelle medier. Som jeg har påpekt i analysen, innebærer dette at Twitter har en øyeblikkelighet ved seg som smitter over på twitteressayet som sjanger. Denne øyeblikkeligheten framkommer gjennom de sammenkoblingene som er mulige med Twitter som medium. Dette har jeg kalt en eksplosiv sammenkobling, som kjennetegnes av muligheten til å nå frem til andre og oppleve andre i virtuell nærhet, en *connectivity* slik Hansen (2010) beskriver det. Denne øyeblikkeligheten står allikevel sammen med det vedvarende i mediet og er det som ifølge Wikström (2017) gjør Twitter til et hybridmedium.

Ifølge Wikström (2017) er Twitters diskurs «writtenlike» og dermed representerer det vedvarende, men dette smelter sammen med det muntlige – det øyeblikkelige. Wikström (2017) beskriver dette som at teksten blir lagret og arkivert, men samtidig tillater mediet en sanntidsinteraksjon. Denne interaksjonen skaper en muntlig temporal øyeblikkelighet, det Stewart refererer til som det som kjennetegner en *secondary literacy* (Stewart 2016). Denne øyeblikkeligheten kan sies å smitte over på forfatterne i hvordan de skriver sine twitteressays. Et av hovedfunnene var at alle twitteressayene hadde en uformell tone og henvendte seg direkte til lesere. Dette var for eksempel i bruk av «I», «you», metakommentarer, retoriske spørsmål, bruk av vitser og sarkasme. Denne tonen forsterkes også av tilstedeværelsen av forfatterens «signatur» i teksten i hvert eneste avsnitt. Et eksempel er hvordan bruken av metakommentarer for å lede leseren gjennom teksten fremstår som mer «talk-like tweeting» på grunn av mediets nye kommunikative kontekst. Samtidig som dette er metakommentarer som veileder en leser gjennom en tekst, blir det også en form for personlig tale, hvor man opplever at Greenaway kommuniserer direkte med deg som leser/mottager. Dette inntrykket forsterkes av «signaturen» til forfatteren i tweeten.

Temporaliteten, bruken av uformell tone, direkte henvendelse og mulighet for lesere til å interagere, skaper alle sammen en illusjon av tilstedeværelsen av forfatteren og tar oss tilbake til essayets historiske røtter i det oratoriske i antikken. Den muntlige temporaliteten påvirker det tekstlige på flere måter enn forfatterens uformelle tone og henvendelse til lesere, dette

vises i Greenaways henting av sitt topoi fra forelesningen, en muntlig sjanger. Det vises også i Wilsons fragmentariske og lite tekstlig sammebundende form. Det er en følelse av at Emily Wilson prater om noe, fremfor at det er en tekst av Emily Wilson. Dette er ikke nødvendigvis essensielt for et twitteressay alene, en slik illusjon kan andre sjangre også skape. Men teksten som en tekst er fortsatt viktig fordi det tross alt er en *literacy*-sfære man befinner seg i. Derfor vil man også finne litterære virkemidler i teksten i form av analogier, tekstlige sammenbinder, og komposisjon i teksten med det formål å overtale.

Teksten holder allikevel på det skriftlige i form av syntaks, grammatikk og tegnsetting, men her ser vi hvordan det muntlige kjennetegnet i *secondary literacy*, nå også er tilstede i det skriftlige, og blir forsterket av forfatterens bruk av sin egen stemme. Det er likevel vanskelig å si om det er mediet som påvirker denne personlige og tydelige stemmen, eller om forfatterne selv bruker sin stemme for å kunne utnytte dette aspektet ved mediet, og på den måten styrke sitt forsøk på overtalelse av deg som leser. På en side kan man argumentere for at forfatteren selv utnytter den mediale betingelsen for å forsterke overtalelsen av leseren gjennom å la sin egen stemme være til stede. Det kan være strategisk å henvende seg direkte til en leser med «let's look at [...]», fordi dette gjør at leseren responderer med en like, eller en retweet. På en annen side kan man argumentere for at Twitter som et sosialt medium gjør at man nettopp bruker en mer personlig, direkte og tydelig stemme. Man kan si at man står mellom å se på det som et sjangertrekk eller å se på det som et tegn på et godt essay – i betydningen et essay som fungerer i den settingen det er.

Som leser får du mediert både det forfatteren har skrevet samtidig med at du får mediert en sammenkobling til forfatteren og teksten. På Twitter muliggjør de medieskapt epitekstuelle elementene de måtene vi for eksempel kan dele teksten eller gi respons til forfatter. Og dette har følger for hvordan andre møter teksten, på samme måte som sidetallet i en trykt bok gjør at vi leser i en gitt nummerert og fastsatt rekkefølge. Diskusjoner knyttes til teksten, kommunikasjon mellom forfatter og leser er mulig og realiseres, og tekstene settes inn i en rekonfigurert kontekst der det tekstuelle eksisterer i en muntlig temporalitet. Derfor blir den også del av en sosial setting, i forståelse en muntlig sosial setting. Teksten deles, kommenteres, og snakkes om. Man snakker til forfatteren gjennom teksten, og forfatteren får respons med en gang. Det er derfor ikke snakk om en tekstsjanger eller en muntlig sjanger, men nettopp en sosial digital mediesjanger. Ved å like og retweete som leser, anerkjenner man at man er overtalt, at forfatteren har fått gehør. Ikke minst overfor

andre lesere, men også overfor forfatteren selv, som vil oppleve en direkte respons på sin tekst, mye raskere og mye nærrere enn hvis den var trykket som et innlegg i et tidsskrift.

Denne eksplosive sammenkoblingen og muntlige temporaliteten skaper en digital nærhet mellom sender og mottager, mellom forfatter og leser. Denne nærheten bidrar til å fungere som et forsterkende element på det sjangeraspektet av overtalelse som ligger i teksten. Det betyr at det blir ikke bare teksten selv som skal overtale meg som leser, det blir Lakoff selv som også skal overtale meg. På denne måten er det ikke bare ytringen vi forholder oss til, men også at Jason Steed, Jon Greenaway, Emily Wilson og George Lakoff ytrer *seg*. Med dette mener jeg at det etableres en sterkere nærhet mellom tekst og forfatter, og at forfatteren på Twitter aldeles ikke er død. Dette er et moment som vil bli drøftet senere i sjangeren som formidlingssjanger.

Melberg (2013) hevder at essayet kjennetegnes av både å ha en distanse til verden, men også være i et her-og-nå, altså en form for heterokronisitet. For twitteressay kan vi da si at det som sjanger står i en (annen opplevelse av) tid, en tid som ikke nødvendigvis er feil for sjangeren. På Twitter blir distansen til verden muligheten forfatteren har i å planlegge teksten, mens her-og-nå uttrykkes nettopp gjennom den øyeblikkelige publisering, opplevelse av teksten og muligheten for interaksjon, tilbakemelding og anerkjennelse. Twitters heterokronisitet fordrer både komposisjon og interaksjon (Wikström, 2017). For tekstene, og i forlengelsen twitteressay som sjanger, betyr dette at det er sjangre som eksisterer i en eksplosiv sammenkoblet kontekst. Det betyr at tekstene produseres, publiseres og eksisterer i en annen kontekst enn den som eksisterer for trykt tekst og for bokessayet. Tekstene inngår i en diskurs hvor alt som publiseres får muliggjort å bli lest, diskutert og interagert med, og det det setter forfatter og leser i en digital nærhet med hverandre, med mulighet for sanntidsinteraksjon. Dette ser også ut til å smitte over på forfatterne i måten de lar seg selv komme til syne med sin egen stemme i tekstene.

4.5 Å holde det aktuelt

Tre av de fire twitteressayene som ble analysert viste at innholdet i teksten var koblet opp til noe aktuelt, noe som var på dagsorden. På denne måten kan man argumentere for at mediet påvirker sjangerutvikling og nærmest «tvinger» frem andre egenskaper ved essayet. Samtidig betyr ikke dette at essay ikke før har kommentert aktuelle saker, eller at dette ikke gjøres i andre essaysjangre. At man allikevel kobler det opp til noe aktuelt kan være påvirket av

Twitters karakteristik som en offentlighet (Murthy, 2013). Denne øyeblikkeligheten som jeg tidligere nevnte, ser vi også i valg av innhold, hvor både Steed, Wilson og Lakoff på litt ulike måter har tekster som enten omhandler en spesifikk hendelse, knyttes opp til noe aktuelt eller generelt kommenterer noe vedvarende aktuelt. Steed tar utgangspunkt i et kontroversielt standpunkt fra Donald Trump, Wilson bruker emneknaggen til en internasjonal merkedag og Lakoff skriver med utgangspunkt i hvordan Trumps twitterpraksis er. Dette kan sies å henge sammen med Twitter som en offentlighet. Mediet som en offentlighet betyr at ting settes på dagsorden, saker blir kommentert, man tar aktivt del i samfunnet gjennom både diskusjon og å bidra til informasjon og kunnskapsspredning. Dette er ikke unik for Twitter som medium, for slikt er også å finne i dagsvisene med sine avisessays. Samtidig er det verdt å merke seg at en offentlig diskurs ikke bare handler om det som er aktuelt. Greenaways twitteressay er et eksempel på et essay som har et tema som på tidspunkt for publisering ikke var knyttet opp til noe som var på dagsorden, til tross for at Greenaway i twitteressayet kommenterer i parentes hvordan dette kan sees i relasjon til noe pågående. Dette twitteressay har også færre likes og retweets enn de andre, uten at man skal konkludere at det er den manglende aktualiteten som er grunnen. Men forventningen til umiddelbar aktualitet kan være med på å skape forskjeller i antall likes og spredning som twitteressay får. Interaksjonen med Greenaways twitteressay viser allikevel at det er plass til det i Twitters offentlighet.

4.6 Er det riktig å snakke om twitteressay som sjanger, eller burde vi heller snakke om *tråden*?

I sin redegjørelse for internettsjangre trakk Giltrow & Stein (2009) frem spørsmålene om hvor mye som kan bli endret for at en sjanger allikevel skal holde på sin identitet som en spesifikk sjanger, og om det er mulig å ha en sjangerstabilitet ved endring av medium. Nettsjangre virker også å ha en større flyktighet og en større pragmatisk åpenhet. Sjangre skaper fort undersjangre, og noen sjangre slutter å være sjangre (Giltrow & Stein, 2009). Setter vi dette opp mot twitteressayet som en sjanger i utvikling, som vi gjennom analysene har sett at den er, stiller det spørsmålet om twitteressayet er såpass på vei et sted at det ikke har stabilisert seg nok til å bli en sjanger, eller om at det på grunn av mediale betingelser beveger seg til å bli noe annet.

Denne oppgaven har tatt for seg twitteressay som sjanger, og sett på tekster som er eksempler på denne termen. Men like ofte, om ikke oftere, bruker twitterbrukere termen tråd om disse

tekstene. Dette blir forvirrende fordi mediet selv definerer lenkede tweets som en tråd. Samtidig har også den vertikale linja som går ut fra profilbildene for å visuelt vise at noe fortsetter i neste tweet navnet tråd. Det virker som det er en diskrepans mellom hva brukere selv ser på som en visuell tråd (linja), en tekstlig tråd (en form for lengre tekst) og hva mediet gjennom sine paratekstuelle elementer markerer som tråd (flere lenkede tweets, uavhengig om hva innholdet i tweetene er eller forfattere). Kan man si at twitteressay er en sjanger som er på vei til å bli tråd, i betydning en egen sjanger? Eller er de på vei til å smelte sammen? Eller ser vi at twitteressay glir inn som en undersjanger av trådsjangeren i den grad man kan kalle en tråd en egen sjanger? Har vi kanskje å gjøre med en essayistisk tråd i stedet?

Bare i løpet av arbeidet med denne oppgaven har twitteressayet gått fra å bestå av tweets med en tegnbegrensing på 140 tegn til en tegnbegrensing på 280 tegn. Muligheten til å bruke en ferdig mal man kan lage et twitteressay med har blitt innført, og markeringen av tråder er tydeliggjort på mediet. Alt dette som følge av brukernes egen utvikling av hvordan de bruker mediet. Ut fra definisjonen av sjanger som en relativt stabil type ytring er det vanskelig å nå kunne si om twitteressayet vil fortsette i sin nåværende form, eller om vi bare ser den på vei til å bli noe annet.

Mine analyser viser at de funksjonene som Twitter kan sies å ha, korrelerer med de funksjonene som twitteressayet synes å være konstituert for. De fire essayene jeg har analysert har alle vært eksempler på essays som kanskje alle har til felles at de er overtalende og handlende tekster. Twitteressayene har alle en slik essayistisk overtalelse. For Wilson og Greenway ligger denne overtalelsen implisitt, mens hos Steed og Lakoff ligger denne mer eksplisitt til. Videre rviser Steed og Lakoff begge hvordan de ligner mer på typiske akademiske argumenterende tekster. Selv om det står langt fra Montaignes *Essaie* i litterær form, synes twitteressayene ikke nødvendigvis å stå langt fra Montaigne i funksjon, all den tid essayets hovedfunksjon er å være overtalende slik Obaldia (1997), Scholes & Klaus (1969) og Woolridge (2012) legger det frem.

Overtalelsen som et tydelig essayistisk element blir også i twitteressayet stående i en selvforsterkende symbiose med mediale elementer. Dette går spesielt på Twitter sin estetiske og kommunikative utforming, men også i forbindelse med sammenkoblingen mellom forfatter, tekst og lesere. De epitekstuelle elementene som inngår i hver tweet skaper en forsterkende overtalelse. For det første får vi i hver tekst presentert forfatter og profilbilde som en fremtredende «signatur» over hvert avsnitt, men også i forlengelse en avatar ved at personen

er til stede – sammenkoblet til deg – og dette gjør at forfatteren kommer i fokus. For det andre får man under hvert avsnitt et automatisk generert epitekstuelt element som er en form for protokollføring av hva alle andre som har interagert med teksten har gjort før deg. Hver gang det legges igjen spor av hva som er gjort, forsterkes tekstens autentisitet og autoritet. Dette kan tydeligst eksemplifiseres i Lakoff sin tekst som har flere titalls tusener med likes og retweets. For det tredje forsterkes overtalelsen gjennom en sammenkobling mellom leser og forfatter der forfatterens stemme tydeligere kommer til og oppleves som å snakke til deg.

I teorikapitlet viste jeg hvordan Woolridge (2012) og Scholes & Klaus (1969) så på essayet som en sjanger som hadde til intensjon å være til bruk i form av å overtale oss. Woolridge spesielt trakk frem hvordan essayet var en måte å tenke offentlig på – en måte å posisjonere sine tanker i en offentlig sfære – som man kan se på Twitter som å være. Siden essayet ligger tett opp til ideen om å være engasjert i omverden, kan man omtale dette som et «activist essayism» som ligger i teksten. Men en *activist essayism* trenger ikke være i et essay, en tekst kan også ha en slik *activist essayism* i seg. Dette kan være med på å tenke nytt om disse tekstene vi ser og sjangeren slik den fremtrer.

Ifølge Woolridge (2012) er det hvilke strategier for å appellere og vinne publikum som gjør at essayet splinter inn i flere former og underformer, fra sitt grunnelement: overtalelsen. Twitteressayet kan derfor sies å ha splintrer fra essayet når det har emigrert over på mediet nettopp fordi mediet har gitt det nye mediale betingelser. Twitteressayets måter å overtale ligger både gjennom mediets eksplosive sammenkoblethet som uttrykkes i epitekstuelle interaksjonsfunksjoner og protokoller. Og ikke minst ligger twitteressayets overtalelse i mediets «message». Det gjelder å være der, og er du der har du noe viktig å si, og sier du det gjennom flere lenkede tweets er du sannsynligvis klok og sier noe klokt. På den annen side kan man si at det, i likhet med chat og mail, heller er snakk om at «tråding» har utviklet seg i forskjellige undersjangre. At tråden som et medialt konsept på twitter har utviklet seg, og er på vei til å utvikle seg inn i flere sjangre, hvor en av disse ser ut til å ha en *activist essayisme* i seg. Kanskje ville Woolridge ha kalt det jeg har sett på for *en activist essayistic twitter thread*. Eventuelt finnes en tredje mulighet, at når vi snakker om twitteressay som sjanger snakker vi nettopp om *the activist essayistic twitter thread*. Spiller det derfor noen veldig stor rolle akkurat hva vi kaller det?

4.7 Twitteressay som en sjanger for kunnskaps- og forskningsformidling

Å engasjere seg i omverden blir på mange måter i vår samtid sett som en demokratisk plikt og en diskursivt ønsket adferd (Woolridge, 2012). Essayet, eller det å være essayistisk, ligger på mange måter tett opp til dette og burde derfor være godt, sammen med sitt grunnelement i overtalelse, til å være en formidlingssjanger og kunne brukes til å utøve vår demokratiske plikt. I hvert fall satt sammen med ideen om informasjon som et offentlig gode, hvor nettopp forskning og kunnskap er informasjon. McLuhan (1967) hadde som utgangspunkt er at mediet påvirker hvordan vi som mottagere oppfatter teksten. Ut fra dette burde derfor mediets «message» bidra til hvordan et twitteressay kan lykkes som en formidlingssjanger. Denne oppgaven er posisjonert innenfor McLuhans medieforståelse, og det gjør at måten innhold blir levert på, påvirker – i det ekstreme – både like mye eller mer enn selve innholdet. Dette betyr i forlengelse at twitteressayet som en medialt betinget sjanger vil kunne argumenteres for å være en formidlingssjanger, hvis mediet i seg selv har en «message» som tilrettelegger for dette. Samtidig medierer sjangeren også innholdet, og man må derfor også kunne argumentere for hvorfor nettopp sjangeren, slik den har blitt drøftet og definert tidligere i dette kapitlet, også egner seg til formidling av det innholdet som ønskes formidlet. Til sist må man se på hvordan mediet og sjangeren fungerer i samspill for å få til dette. Til tross for at jeg har problematisert hvorvidt sjangeren vil fortsette eller at det er en sjanger som er i fortsettende utvikling, må vi se på den slik den er nå for å kunne gi et fornuftig svar på hvordan twitteressayet gjør seg som en sjanger for kunnskaps- og forskningsformidling. **Wiig og Svendsen** kunne fortelle oss at formidling handler om to ting: det handler om å bidra med kunnskap til det offentlige ordskifte, og om å prøve ut forskningen, å la den bli den av et sosialt kunnskapsfellesskap for å kunne utvikle seg og omforme seg. Det er derfor interessant å se på hvorvidt Twitters «message» og twitteressayet som sjanger bidrar til dette. Mediet har karakteristikk som produserer effekter, og dette ser vi sterkest komme til syne gjennom hvordan mediets offentlige karakteristikk gjør det til et sted å være, et sted å ha noe å si. Som formidlingssted er det derfor vanskelig å argumentere mot. Men formidling av hva?

4.7.1 Det aktuelle

Analysene har vist at det er særlig de som knytter sin forskning, fagekspertise og kunnskap opp til noe aktuelt som blir spredd mer og interagert med mer. Mediet nærmest tvinger frem essays som omhandler noe aktuelt. Betyr det at man må sitte å vente på at sin kunnskap og

forskning skal bli aktuell? At uten å aktualisere sin egen forskning og kunnskap, så vil man forsvinne i et kakofoni av stemmer som har viktigere (mer dagsaktuelle) å si? Ikke nødvendigvis, og her er to innvendinger mot en slik tankegang: Greenaway viser at hans twitteressay allikevel blir spredd, retweetet og likt uten at det var knyttet opp til noe aktuelt. I hvert fall ikke av forfatteren selv. Det finnes alltid en mulighet for at noen kan ha retweetet teksten som et sitat og satt det inn i en aktuell kontekst, men dette er vanskeligere å undersøke på mediet om har skjedd. Det vi kan drøfte, derimot, er at det kanskje henger dette sammen med at han er mediebevisst på andre måter ved å utnytte mediale betingelser til essayets fordel og lage en god tekst som tar deg med, som holder deg interessert. Eller at mediets message her opererer så sterkt at det ikke nødvendigvis er så viktig at det er aktuelt, han blir oppfattet som å si noe viktig med en gang han skriver det i en tråd. Da blir det i neste omgang opp til Greenway å holde folk i tråden.

En annen innvending er at det alltid er mulighet for å aktualisere sin kunnskap og forskning. Wilson knytter sin fagekspertise og kunnskap til noe aktuelt, uten at det sier seg selv at det er opplagt er aktuelt. Wilson bruker en emneknagg for å knytte sin tekst til noe større, og sette det inn i en større kontekst. Gjennom å posisjonere seg selv som en ekspert som en form for overtalelse i essayet, overtaler hun også leserne til hvordan dette nettopp er aktuelt for kvinnekamp og den internasjonale kvinnedagen. Hadde det blitt lagt like mye merke til hadde hun ikke gjort det?

En tredje og litt annerledes innvending går på selve forskningen spesielt. Forskning er jo også noe som tar tid, og ikke nødvendigvis er aktuelt når det er ferdig for å formidles. Men forskning er aldri utdatert, og fagkunnskap er alltid et offentlig gode, i den betydning Sunstein (2017) snakker om det. Og særlig humanioras relevans er alltid til stede for et samfunn, skal vi tro Kunnskapsdepartementet (2017), som tross alt har skrevet at behovet for humaniora er åpenbart. Og å formidle handler som tidligere nevnt om å bidra med kunnskap til det offentlige ordskifte. Et eksempel er jo hvordan Steed sin flere år gamle avhandling plutselig ble aktuell igjen, eller mer riktig at han gjorde den aktuell ovenfor det som hadde skjedd. Noen ganger handler det mer om å være på rett sted, til rett tid – i rett tid, og å gripe sjansen.

4.7.2 En “message” for alle – å bidra i det offentlige ordskiftet

Et av kjennetegnene ved Twitter er nettopp at mediet er et sosialt og digitalt medium som skaper et deltagende sted hvor mye viktig blir delt. Men selv om Twitter kjennetegnes av en

offentlig diskurs, består mediet av flere deloffentligheter. Allikevel er ikke disse gjensidig ekskluderende, og de glir over i hverandre. Det gjør at ytringer og utsagn på mediet kan spres, deles og interageres med både innenfor og utenfor den deloffentligheten den først ble publisert i. Og dette går inn i et annen kjennetegn ved mediet, nettopp den muligheten man har til informasjon, kommunikasjon og samhandling på en gang. Mediets auto-genererte paratekstuelle elementer gir lesere mulighet til å like, retweete og kommentere. Mulighetene for retweets er et av aspektene ved Twitter som legger til rette for at man ikke forblir innad i sitt eget nettverk, men at man lettere kan nå ut (og når ut) til større publikum (Murthy, 2013). Som Sunstein (2017) har påpekt har: En tweet kan bli retweetet av noen med hundre følgere, og igjen bli retweetet av noen med flere titalls tusen følgere, og slik kan snøballen rulle. Alle twitteressayene er bevis på at en form for spredning har skjedd – og skjer – i større eller mindre grad. Ved å ta i bruk Sunsteins forståelse av kunnskap og forskning som en offentlig gode, og hvordan det på sosiale medier kan oppstå kaskadeeffekter når noe først begynner å spres, betyr det at det å publisere noe på dette mediet kan ha en stor fordel. Ser vi på Lakoff, som nok også er godt hjulpet av sin egen kjendisstatus og sitt valg av tema, ser vi hvordan et twitteressay har blitt delt 42 000 ganger, og fortsetter å bli delt. Og omtalelsen av essayet har gått utenfor Twitters grenser. Dette er Sunsteins kaskadeeffekt i praksis. Dette må sees i sammenheng med den offentlige diskursen som Twitter også står for. Selv om denne oppgaven ikke går nærmere inn på å se på hva denne offentligheten er, er det nok at det i mediets «message» fremstår som en viktig offentlighet – om ikke DEN virtuelle offentligheten det gjelder å være en del av. Et kritisk blikk på hvem som faktisk deltar fra «the global village» (også et begrep hentet fra McLuhan) og på hvilken måte, kan kanskje bidra til å justere oppfatningen om hvordan det faktisk er, men for nå er det nok å forholde seg til den oppfatningen som skaper Twitters «message» og det er et rett sted for formidling.

4.7.3 Det hybride mediet - hva gjør det med formidlingen?

Et interessant poeng som Stewart (2016) tok i sin tekst om utfordringer ved twitter som en offentlighet, og noe som både Fuchs (2017) og Wikström (2017) trekker opp som kjennetegn ved sosiale medier, er at det skjer en sammensmeltning av de rollene man har. Dette betyr at man ikke nødvendigvis ytrer seg som professor, man ytrer seg som George Lakoff, med alle roller George Lakoff er, offentlige så vel som personlige. Dette kan gjøre at teksten ikke får hentet en god nok autoritet fra forfatteren. Det kan bli mindre sett på som formidling av forskning og kunnskap og mer som synsing. Samtidig viser det at både Lakoff og Steed

iscenesetter seg som eksperter. Dette gjør jo også Greenaway med sitt brukernavn *TheLitCritGuy*, og Wilson gjør dette mer implisitt i måten hun snakker om det å oversette. Men felles er at de alle bruker virkemidlet for overtalelse i form av ekspertuttalelse. Selv om offentlige og personlige roller er smeltet sammen, tar de aktivt i bruk ekspertrollen for å vise at de også er i denne rollen når de tweeter. Lakoffs «as a cognitive, scientist, I», Steeds «I wrote my thesis on this» og Wilsons beskrivelser av hvordan hun arbeider når hun oversetter, er alle eksempler på at for å lykkes må man også bruke det litterære virkemiddel ekspertkommentator, i betydning gjør det synlig at man prater fra den rollen. Men selv om man aktivt prøver å posisjonere seg i denne rollen, blir denne sammensmeltinger av roller allikevel aktuell i form av mediet som kjennetegnet av en eksplosiv sammenkobling og muntlig temporalitet. Dette setter ikke bare teksten inn i en muntlig sosial diskurs, men skaper også en digital nærhet mellom leser, forfatter og tekst, hvor muligheten til å konversere med hverandre gjøres mulig av twitters autogenerated interaksjonsfunksjoner. På denne måten settes leser og forfatter i direkte kontakt med hverandre. Dette så vi for eksempel i Wilson sin tekst hvor kommentarer til et bestemt avsnitt skapte en kort konversasjon mellom forfatter og leser og i et annet eksempel der Wilson fikk mulighet til å presisere hva hun hadde ment, og diskutere med en som hadde kommentert med et spørsmål. Teksten trenger derfor ikke måtte leve på egenhånd som formidling, men den eksplosive sammenkoblingen setter leser og forfatter i en ny kommunikativ kontekst som nettopp kan styrke formidlingen.

Til sist er det verdt å nevne at ekspertkommentarer er også et litterært virkemiddel som kan brukes for overtalelse (Woolridge, 2012), og er derfor noe som her i dette tilfelle får en dobbelt rolle: det kan både hjelpe å posisjonere deg som at du faktisk formidler faglig ekspertise, forskning og/eller kunnskap, samtidig som dette er en måte å overtale den lesende. Og med det blir det naturlig å se nærmere på den overtalelse som finnes i sjangeren og hvordan dette bidrar til å sikre formidling.

4.7.4 Overtalelsen i essayet og i mediet

Samtidig med at Twitter som et sosialt medium skaper spredning og interaksjonsmuligheter, er disse overtalende essayene en type som egner seg godt til kunnskaps- og forskningsformidling, nettopp fordi det i formidlingens natur ligger et ønske om å overtale andre. Formidling er ikke en nøytral fremstilling av informasjon, i den grad noen som helst fremstilling av informasjon kan sies å være nøytral. I analysene har jeg pekt på hvordan tekstene på flere måter prøver å overtale, enten det er eksplisitt eller implisitt. Det har også

blitt mulig å gjenkjenne twitteressayene som handlende tekster, som gjerne engasjerer seg i omverdenen. I alle fall de som er analysert.

Twitter genererer som sagt de paratekstuelle elementene i tweets slik at det første du møter er forfatterens navn og profilbilde. På denne måten uttrykkes teksten autentisitet og autoritet ved at teksten har en oppgitt signatur. Interaksjonsfunksjonene fungerer som en synlig protokollføring av hva alle andre før har ment, hvis de har ment noe, om teksten. Dette er også begrenset til å være formene like, retweet og kommentar. Derfor vil en tekst med lite autentisitet kun være de som ikke har noen slike interaksjoner. Det er kun ved å ikke handle, eller å kommentere at man har mulighet til å eventuelt være uenig med teksten. Eventuelt å retweete teksten som et sitat med en egen kommentering. Men som presisert tidligere blir ikke dette protokollført. Det er derfor et sentralt poeng at teksten i liten grad mister sin autentisitet fra negative leserinteraksjoner som blir protokollført og vist andre lesere. Protokollføringen bidrar til autentisitet til teksten ved å vise positive spor av andre leseres interaksjon med den. Men for å oppnå dette må forfatter også kunne skrive gode tekster, og dette krever at forfatter mestrer sjangeren godt: altså å skrive gode twitteressay som vil nå ut og bli spredd. Som vist til tidligere betyr dette å ha en bevissthet rundt tweets og tråd-formatet, å utnytte det til sin fordel gjennom fullstendige avsnitt i hver tweet, å ha flere avsnitt i løpet av teksten som gjør seg som uthevede sitater og derfor vil bli retweetet, og ikke minst ha henvende seg til leseren som øker sjansene for en leserrespons i betydningen likes og retweets. Selv om Twitter nå gir deg en ferdig mal hvor du kan skrive inn det du vil si, må du allikevel beherske sjangeren for å kunne nå ut og faktisk få formidlet noe. Det er ikke nødvendigvis nok å la mediet tale for deg, men det bidrar.

Den digitale nærheten underbygger også overtalelsen i essayet i den betydning at det er en direkte henvendelse fra forfatter, som posisjonerer seg som eksperter. Dette inntrykket av autoritet forsterkes av navn og informasjon som er presentert om personen på deres egen twitterprofil, som man kan nå hvis man trykker på navnet. Sammen med den muntlige temporalitet som er til stede på Twitter skaper dette en opplevelse av at det er en ekspert som ytrer seg direkte til deg som leser.

4.7.5 Blir det bedre?

Til nå har jeg drøftet twitteressay som en formidlingssjanger som kan bidra med kunnskap til det offentlige ordskifte. Det andre aspektet relatert til formidling er om forskningen og

kunnskapen blir bedre, det vil si hvorvidt den blir del av et sosial kunnskapsfellesskap og får utviklet og/eller omformet seg. Dette er et spørsmål som kanskje er vanskeligere å besvare. Siden mediet er et sosialt digitalt medium hvor mulighetene for interaksjon mellom mennesker går på det å kommentere, like og retweete, er det mulighet for konversasjon og diskusjon. Mediets eksplosive sammenkobling og muntlige temporalitet som setter tekstene inn i en sosial muntlig diskurs gjør også at det legger til rette for at tekstene blir sosialt situert og gir *mulighet* for den får prøvd seg og utviklet seg. Samtidig har man i analysene sett at andre forholder seg til teksten som en ferdig tekst og heller uttrykker at man anerkjenner teksten ved likes, retweets eller kommentarer av typen «thank you». Dette har ikke blitt undersøkt i sitt fulle for hvert twitteressay. Som jeg har kommentert tidligere hadde Lakoffs første tweet i twitteressayet 1600 kommentarer, og det var ikke mulig innenfor oppgavens omfang å se på alle slags former for konversasjon som var tilstede blant disse kommentarene. Dette store tallet viser også at det er en enorm mengde responser utover likes og retweets, som enda ikke har stoppet. Man kan kanskje si at teksten får prøvd seg og viser levedyktighet nettopp gjennom dette. Det hadde allikevel vært interessant å se på diskusjonene som skjer *rundt* twitteressayene for å se om forfatter deltar, om andre deltar og om det fører til en videreutvikling av kunnskapen og forskningen som blir presentert. Dette hadde også krevd at man så på de som siterer tweetene med egne kommentarene, og derav setter teksten inn i en ny kontekst. For øyeblikket er disse ikke mulig å finne igjen på mediet, siden slike siteringstweets ikke protokollføres.

Et eksempel fra analysen av Emily Wilsons twitteressay viser hvordan en leser har kommentert et spesifikt avsnitt av teksten, som Emily Wilson svarer på. Dette viser først og fremst at det blir mulig å kunne kommentere visse deler av teksten, i stedet for å rette et svar til hele teksten. For det andre viser det hvordan leser, tekst og forfatter står i en nærhet til hverandre. For det tredje demonstrerer det muligheten for at kunnskapen får prøvd seg og som følge av det vokser, til tross for at det er en ganske kort konversasjon mellom dem. Uansett viser denne formen at det krever en lengre analyse av alle former for kommentarer som er gjort til forfatter for å kunne gi et bedre svar på dette. Men jeg har i alle fall skissert noen punkter som kan være aktuelle.

5. Konklusjon

Mediets karakteristikker produserer effekter, det er det ingen tvil om. På Twitter finnes ulike sjangre, alt fra den konversasjonspregete utvekslingen av tweets til den planlagte og komponerte teksten, og at de eksisterer sammen og i forbindelse med hverandre, bundet sammen av mediets offentlige diskurs. Twitteressayet er en digital sjanger som baserer seg på en eksisterende sjanger – essayet – men som inneholder digitale komponenter som bare er mulig på det mediet det eksisterer. I tillegg har sjangeren utviklet seg og fortsetter å utvikle seg i samspill med mediet. Dette gir først og fremst utslag i at teksten eksisterer i det som på Twitter heter en tråd, og som består av separate enheter (tweets). Disse enhetene framstår som mer separate enn for eksempel kapitler og avsnitt. Siden en tweet har en tegnbegrensning, har dette ført til at formen på twitteressayet består av mange korte avsnitt som til sammen utgjør en lengre tekst. Det er imidlertid vanskelig å konkludere med om mediet oppfordret til at teksten skal bestå av mange korte avsnitt, om det er en sjangermessig utvikling fra forfatternes side, eller om det er en stil som kjennetegner et godt twitteressay. Samtidig har endringer i mediet nettopp også endret twitteressayets form. Før 2017 var twitteressayene i mye større grad preget av tekstlig sammenheng for nettopp å synliggjøre at det var en sammenhengende tekst. Etter 2017, når grenseflata tydeligere viser og definerer lengre tekster som tråder, er ikke dette lenger like viktig. Dette er et eksempel på hvordan mediet påvirker formen, og at når mediet endrer seg, endrer også sjangeren seg. At twitteressayet er en digital sjanger betyr at det verken er en muntlig eller skriftlig sjanger, men eksisterer på et medium hvor det skriftlige har en muntlig temporalitet og derfor påvirker både utviklingen av sjangeren og hvordan tekstene blir oppfattet. Dette har følger blant annet for hvordan vi oppfatter teksten. Det er ikke like mye ytringen i seg selv man som leser forholder seg til, men også at det er forfatteren som ytrer seg. Forfatteren er derfor langt fra død på Twitter. Denne nærheten mellom forfatter, tekst og leser skjer på bakgrunn av at Twitter kjennetegnes av en eksplosiv sammenkobling, og at det tekstuelle har en muntlig temporalitet. Dette realiserer mediet ved å gi mulighet for å interagere med tweets i form av kommentere, retweets og likes. Siden dette kommer til syne protokollført i mediets auto-genererte epitekst skaper dette også en autoritet og autensitet til teksten som vokser for hver gang noen liker, retweeter og interagerer med den. Dette forsterker elementet av overtalelse i teksten, og gjør at man kan si at overtalelsen ligger like mye i mediet som i teksten.

Twitteressayet er også en sjanger i utvikling. Bare i løpet av to år har mediet endret seg, som respons på at mennesker har begynt å bruke mediet til noe mer enn bare korte ytringer og konversasjon. Dette betyr at twitteressay som sjanger enda ikke er ferdig utviklet. Kanskje er det mer korrekt å kalle disse for *activist essayistic thread*, og at de heller må sees på som essayistiske tråder, en undersjanger av tråden (i forståelsen sjanger), slik chatting inneholder flere former for tale sjangre i seg. Analytisk virker det mer rett, at det er denne formen den passer inn i. Men da må jeg samtidig si at alle som kaller det et twitteressay tar feil. Kanskje vi ender opp med å si at twitteressayet er det samme som en *activist essayistic twitter thread*, slik Woolridge (2012) kanskje ville definert den som. Og mediet også er i stadig endring. Twitteressayets tilblivelse og eksistens har uansett resultert i noe viktig: at mediet er på vei vekk fra korte ytringer og komprimert informasjon til lengre komponerte tekster som har som formål å opplyse og være en del av det offentlige ordskiftet. Disse tekstene deles på tvers av deloffentligheter på et medium der det er viktig å være, og hvis du er der, betyr det at du har noe å si. Slik sett egner twitteressayet som en formidlingssjanger i hvordan mediet er tilrettelagt for å nå ut, utenfor ens egne sfærer, og mulighetene det gir for å sette forfatter, tekst og leser i en digital nærhet og sammenkobling. Selv om man kan argumentere for at man kan si at man bidrar med kunnskap i det offentlige ordskiftet, på bakgrunn av mediets karakteristikk som å tilsvare en digital offentlighet, og muligheten for at man sprer det, kan det allikevel være tegn til at man nettopp må finne en måte å aktualisere det på for å lettere nå ut, for å lettere bli spredd og få til en vedvarenhet i tillegg til en øyeblikkelighet ved sin tekst. Når det kommer til å la forskningen bli prøvd ut kan dette sies å vise seg i at den nettopp blir spredd, likt og kommentert: at man som leser har blitt overtalt og viser det. Muligheten som gis til å kommentere direkte til forfatter er også noe som gjør at man kan inngå i både diskusjon og sette sin egen forskning inn i ny kontekst. Men her trengs det mer forskning på akkurat hvordan dette skjer.

5.1 Videre forskning

De twitteressay som jeg har analysert har en tydelig handlingsorientering, med det vi kan kalle et mindre tradisjonelt-litterært preg. Likevel betyr ikke dette at det finnes et mangfold av andre essays på Twitter som peker i andre retninger, og som f.eks. ligger nærmere Montaignes essay. Altså har vi muligens twitteressays forfattet av samtidens digitale Montaigne-ere. En fruktbar fremtidig undersøkelse og videreføring av dette prosjektet ville vært å se på hvilke former for essays eller andre sjangre som er til stede i trådene på Twitter. Her er det flere spørsmål som

kan gjøre seg gjeldene; Kan det tenkes at noen typer favoriseres over andre på grunn av Twitters «message»? Er mediet for øyeblikkelig til å kunne være et sted for den litterære opplevelse? Noe annet som er interessant å se nærmere på som denne oppgaven ikke gjør er disse tekstenes levetid. I løpet av den tiden jeg har jobbet med disse tekstene har antallet protokollførte interaksjoner økt, også blant de eldste. Twitters hybriditet av det vedvarende og øyeblikkelige kan tale til fordel for at disse tekstenes levetid er lengre enn de kan fremstå. På et medium som kjennetegnes av kontinuerlig oppdatering er det interessant å merke seg at disse fremdeles gjør seg som oppdateringer. Kanskje har dette sammenheng med at de blir omtalt utenfor mediet de er publisert på, at de er søkbare, at de blir retweetet som sitat av andre som gjenföder det, at forfatteren selv retweeter det, eller at det blir aktuelt for en kontekst som ikke har vært aktuelt for. Spesielt har jeg lurt på om ikke Marx sin 200 årsdag gjorde Greenways tekst fra å ikke være relatert til noe aktuelt i sin tid det ble produsert, til å plutselig bli det. Hvis dette er tilfelle kan det i så fall tale enda sterkere for et sted å formidle sin kunnskap og forskning. Det forsvinner faktisk ikke så lett derfra.

Litteraturliste

- Bakhtin, M. (1998). *Spørsmålet om talegenrane: Ariadne*.
- Bawarshi, A. S. & Reiff, M. J. (2010). *Genre: An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy*: Parlor Press.
- CBC. (2017, May 11). *When verse goes viral: 7 Instagram poets with more followers than you*. Hentet fra <http://www.cbc.ca/books/when-verse-goes-viral-7-instagram-poets-with-more-followers-than-you-1.4109897>
- Elleström, L. (2010). The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations. I L. Elleström (Red.), *Media Borders, Multimodality and Intermediality* (s. 11-48). London: Palgrave Macmillan UK.
- Fuchs, C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction*: SAGE Publications.
- Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation*: Cambridge University Press.
- Greenaway, J. T. (2016a, 2. Februar). So...theory time? [Twittertråd]. Hentet fra <https://twitter.com/TheLitCritGuy/status/694627829762396160>
- Greenaway, J. T. (2016b, 24. Februar). Social Media and Academics. Hentet fra <https://theliticritguy.com/2016/02/24/social-media-and-academics/>
- Hansen, M. B. N. (2010). New Media. I W. J. T. Mitchell & M. B. N. Hansen (Red.), *Critical terms for media studies*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kunnskapsdepartementet. (2017). *Humaniora i Norge*. (25). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-25-20162017/id2545646/sec1>.
- Lakoff, G. G. (2018, 3. Januar). Trump uses social media as a weapon to control the news cycle. It works like a charm. His tweets are tactical rather... [Twittertråd]. Hentet fra <https://twitter.com/GeorgeLakoff/status/948424436058791937>
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*: MIT Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media : the extensions of man*.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Massage*: Bantam Books.
- Melberg, A. (2013). *Essayet*. Oslo: Universitetsforl.
- Murthy, D. (2013). *Twitter : social communication in the twitter age*. Cambridge: Polity Press.
- Obaldia, C. d. (1995). *The essayistic spirit : literature, modern criticism, and the essay*. Oxford: Clarendon Press.
- Ong, W. J. (1982). *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*: Routledge.
- Scholes, R. E. & Klaus, C. H. (1969). *Elements of the essay*: Oxford University Press.
- Soffer, O. (2010). "Silent Orality": Toward a Conceptualization of the Digital Oral Features in CMC and SMS Texts. *Communication Theory*, 20(4), 387-404. doi:doi:10.1111/j.1468-2885.2010.01368.x
- Steed, J. P. t. (2016, 9. August). 1. I wrote my PhD dissertation on the social function of humor (in literature & film) and here's the thing about "just joking." [Twittertråd]. Hentet fra <https://twitter.com/5thCircAppeals/status/763098172633657344>
- Steed, J. P. t. (2018, 21. Mars). P.S. Some people seem to think this thread supports legal restrictions on jokes. No! This is about ethics (see twee... [Tweet]. Hentet fra <https://twitter.com/5thCircAppeals/status/976470895266009088>
- Stewart, B. (2016). Collapsed publics: Orality, literacy, and vulnerability in academic Twitter. *2016*, 1(1).
- Thomson, C. (1984). Bakhtin's "Theory" of Genre. *Studies in 20th & 21st Century Literature*, 9(1), 4.
- Wig, S. & Svensen, H. H. (2016). Trøbbel i tårnet-Om hvorfor akademia må tenke nytt om forskningsformidling. *Nytt Norsk Tidsskrift*, 33(03), 195-208.

-
- Wikström, P. (2017). *I Tweet Like I Talk: Aspects of Speech and Writing on Twitter*: Faculty of Arts and Social Sciences, English, Karlstads universitet.
- Wilson, E. E. (2018, 8. Mars). I know this is a downer but... for #IWD2018 I am thinking about violence against women. About how violence is enab... [Twittertråd]. Hentet fra <https://twitter.com/EmilyRCWilson/status/971823035664818176>
- Woolridge, P. (2012). Activist Essayism. *Opticon*1826(3).