

Etnologi og folkloristik på nettet

Charlotte S. H. Jensen

Siden ca. 2005 har nettet ikke været det samme. Den udvikling, som normalt betegnes web 2.0 har betydet, at nettet som publiceringsmedie i stadigt stigende grad erstattes af et kommunikativt og dialogisk medie. Artiklen diskuterer nogle af de nyere tendenser, beskriver eksempler på hhv. institutioners brug af sociale formidlingsmuligheder og peger på områder af særlig interesse for etnologisk/folkloristiske undersøgelser.

Tidligere var nettet et sted, der primært rummede envejs-kommunikation. Det sted, hvor afsendere publicerede materiale, der skulle læses af modtagere, præcis som en trykt publikation. Man "lagde tekster ud på nettet", ofte uden at tilrettelægge disse specielt med hensyn til mediets særlige muligheder. Nogle af de første institutionswebsites fra fx arkiver og museer, der blev etableret i 1990'erne midt og frem, var tydeligt udarbejdet ud fra denne tankegang. Den tids første sites informerede om fx åbningstider, udstillinger, adgang til samlingerne etc. Hovedfokus for disse websteder var at informere om institutionernes off-line tilbud snarere end at anvende det nye medie som en selvstændig kanal eller et rum for formidling af den kulturhistorie, som institutionen varetog.

Omkring 2004 begyndte webinteresserede at tale om en ny tendens. Nettet var ved at udvikle sig til et kollaborativt rum. Dvs. at grænserne mellem producenter/forbrugere af netindhold blev stadigt mere udviskede, fordi netbrugere i stigende grad kommunikerede, skabte indhold og delte det med hinanden. Denne, kvalitative, ændring blev snart kendt under betegnelsen 2.0.

Den, der skabte udtrykket var forlæggeren og bloggeren Tim O'Reilly, som bl.a. udgiver bøger om computere, programmering, m.m. I efteråret 2005 pegede han i blogindlægget "What is web 2.0" på en lang række af de tendenser og markører, som viste grænserne mellem den hidtidige og den nye måde at anvende nettet på:

Web 1.0		Web 2.0
DoubleClick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster

Web 1.0		Web 2.0
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
		upcoming.org and
evite	-->	EVDBw
domain name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
publishing	-->	participation
content management systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication

Skemaet er hentet fra <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>

Imidlertid havde den synsvinkel, hvor nettet blev betragtet som et publiceringssted ikke gjort det nemt at finde reelt, kulturhistorisk indhold i de år hvor nettet begyndte at blive mainstream. Publiceringerne rummede som nævnt ofte faktualia om adgang til fysiske lokationer, og ét synspunkt var, at netadgang til for meget indhold kunne gøre netbrugere uinteresserede i fysiske besøg.

En af de første større danske sites, der rummede kulturhistorisk indhold i et vist omfang var "Danske Konger", der blev udarbejdet af en privatperson med interesse for webdesign. På websiten, der pt. stadig vises blandt de første i en google-søgning, forklarer sitets ejer Kim Slejborg, at mangel på historisk webindhold var en del af hans motivation for at oprette webstedet Danske Konger:

Baggrunden for Danske konger ...og deres historie var, at min datter Signe, der på det tidspunkt gik i 7. klasse, ikke kunne finde nogen oplysninger om Christian 4. på Internet. Det ærgrede mig, at vores historie var så dårligt repræsenteret, så i november 1997 skrev jeg en kort biografi om monarken. Til min store overraskelse modtog jeg efterfølgende masser af e-mail fra folk, der havde læst biografien og roste mit initiativ. Mange opfordrede mig til

at skrive videre på, hvad der udviklede sig til at omfatte historien omkring hele den oldenborgske kongerække. (www.danskekonger.dk)

INSTITUTIONER FORMIDLER I 2.0

I analogi med den skepsis, som en del institutioner havde over for det nye medie i 1990'erne, har der også været en vis skepsis overfor den nye måde at bruge mediet på efter 2005. Men der foregår efterhånden en betydelig formidling via sociale netværkssteder og med brug af det, man kunne kalde "den sociale ideologi". Tæt på mainstream må denne form for kontakt siges at være, når selv en institution, der formidler en så alvorlig historie som "The Auschwitz Memorial" vælger at anvende Facebook. Auschwitz Memorial oprettede sin facebook-side 15. oktober 2009 og fik i løbet af kort til flere tusind kontakter. En tilsvarende brug af mediet ses med oprettelsen af en profil for den lille Henio Zytomirski, der omkom i dødslejren Majdanek.¹

Ikke mindst i England og USA har kulturhistoriske fagfolk gjort en betydelig indsats for at anvende den dialogiske form. Fx har National Archives i Storbritannien med projekter som Moving Here (www.movinghere.org.uk) der startede allerede i 2003 og wiki'en Your Archives (<http://yourarchives.nationalarchives.gov.uk>) forsøgt at skabe steder, der bygger på dialog og brugerdeltagelse.... og skoler kan bestille tjenester, der involverer realtidstilstedeværelse. Victoria & Albert Museum bruger mikrobloggingtjenesten Twitter til at inddrage interesserede, der ikke kan være til stede ved institutionens "Friday Late"-arrangementer og kommunikere med dem i realtid. I Holland anvender arkivet Brabants Historisch Informatie Centrum chat som redskab for vejledning.²

British Museum har en meget aktiv Facebook-side med mange fans, og integrerer de forskellige sociale medier i en kombination. Fra kunstmuseernes verden kunne man nævne The Met, som både anvender flicker, YouTube, iTunes, delicious, Facebook, MySpace og Twitter. Desuden tilbydes der podcasts og et traditionelt nyhedsbrev via mail. The Met åbner op for, at brugernes billeder integreres i museets website, og det svenske Rigsantikvarembede har, som den første nordiske kulturarvsinstitution en meget aktiv deltagelse på flickr commons.

Historic Royal Palaces har en YouTube-kanal, der bl.a. rummer 6 videoer, hvor 6 forskellige medarbejdere argumenterer for, at netop deres favorit blandt Henrik den Ottendes 6 koner var "den bedste" i flokken. Det er ikke alle medarbejderne der har historisk-akademisk baggrund. Ved at give stemme til historieinteresse hos

medarbejdere med anden baggrund, bliver det legalt i det museale rum at forholde sig til perioden, Henrik og konerne ud fra forskellige videnspositioner.

Historic Royal Palaces gav også Henrik selv en stemme, nemlig på Twitter, hvor han udsendte tweets om sine tanker i forbindelse med den forestående kroning. Anledningen var kroningsjubilæet i sommeren 2009. Det sidste i rækken af "kroningstweets" blev sendt 24 juni: *"I'm contented, all I need now is a son to secure the future of Tudor monarchs – I'm sure Katherine will be pregnant soon, and bear a boy."* Helt sådan gik det som bekendt ikke, og man kan gætte på, at mange af de ca. 1.100 followers har haft dette i baghovedet. Selvom almenkendskabet i dette tilfælde må formodes at være betydeligt, "kan" Twitters korte statements i "historisk realtid" noget, som en lineær tekst ikke ville kunne. Den kan give en fornemmelse af et hændelsesforløb under udvikling.

Netop denne måde at bruge mediet på har jeg med et begreb fra bloggen The Daily Irritant³ valgt at kalde twitenactment. Twitters form er som skræddersyet til – i en højfrekvent form – at give mulighed for indlevelse i komplekse hændelsesforløb, der foregår i en simuleret realtid.

Folkene bag bloggen TwHistory præsenterede deres koncept på UNESCO's e-learning seminar i Barcelona tidligere på året. Deres slides, som findes på Prezi.com, interesserer sig for fænomenet "twitenactment". Her beskrives flere af denne type projekter, hvor twitterere, som hver især repræsenterer historiske personer, har en stemme, som samles i en fælles strøm. Et af de første projekter var "Slaget ved Gettysburg"⁴ der samlede 11 TwHistory frivillige, der twittede som bl.a. Abraham Lincoln, Charles Wainwright mfl. Projektet startede i april og løb hen over sommeren. For nogle af twitenerne blev perioden noget kortere end for andre. Strømmen af tweets stoppede naturligvis hvis en person faldt.

Et andet, lignende projekt udførtes af frivillige gymnasieelever, som twittede Cubakrisen gennem konti som fx JFK, Krustjov, Castro, "medierne" etc. Her blev der twittet i nutidssprog og med brug af de tags, som er typiske for mediet. En anden form er Genny Spencers dagbog fra 1937 og War Cabinet hvor National Archives benytter originale dokumenter som grundlag for deres tweets. Den hidtil eneste danske twitener, som jeg har kendskab til, er politikeren Orla Lehmann, som var amtmand i Vejle 1848-61, og som fra januar 2010 twitterer som sin tid her.⁵

Formen er formidlingsmæssigt interessant, fordi den i modsætning til en lineær fremstilling giver mulighed for, at brugeren kan følge – også altså opleve

¹Den etiske problemstilling i profilen <http://www.facebook.com/henio.zytomirski> som meget hurtigt fik flere tusind venner, har bl.a. været omtalt på Mashable <http://mashable.com/2010/02/04/facebook-profile-holocaust-victim/>

²<http://www.bhic.nl>

³<http://www.irritant.blogspot.com>

⁴Se <http://twhistory.com/gettysburg/>

⁵De nævnte konti findes på http://twitter.com/Genny_Spencer, <http://twitter.com/ukwarcabinet> og http://twitter.com/Orla_Lehmann

- hændelsesforløbet fra en selvvalgt vinkel. Deltagerne, som twitter, skal have styr på et reelt handlingsforløb, fx gennem analyse af originale kilder. De skal afdække og aktivt bruge de indbyrdes relationer, der kan påvises mellem de implicerede og de skal kunne omsætte væsentlige udtalelser til max 140 karakterer.

Simuleret realtid er imidlertid ikke særegent for Twitter som platform. Netop ønsket om en realtidsoplevelse var en del af baggrunden for et lidt ældre initiativ, Harry Lamins blog fra 1. verdenskrigs skyttegrave.

William Henry Bonser Lamin var født i Awsworth Notts, i august 1887. Da han var 29 år, i 1917, blev han soldat i 1. Verdenskrig. Harry skrev mange breve hjem til familien og med 90 års "forsinkelse" begyndte hans barnebarn Bill, at poste transskriberede versioner af brevene på en ganske almindelig og gratis blogspot-blog.⁶ I et interview med Daily Mail 4/1 2008 forklarede Bill, at han havde "*published the bulletins in real time because he wanted to recreate the tension felt by families waiting to hear if their loved one had survived or died in battle.*" Der findes andre lignende blogs, der arbejder med den simulerede realtid, bl.a. en tysk soldats breve og en amerikaners hilsner fra WWII.

Det er en særpræget historie-oplevelse at læse med over så lang tid, vide at historien er "sand" og ikke vide, hvordan den ender, eller hvornår næste afsnit kommer. I dette tilfælde endte historien godt. I januar 1920 kom det sidste brev, hvor han skrev, at han nu var kommet "home at last for good" i Mill Street til sin kone Ethel og deres lille dreng William.

ETNOLOGISKE MULIGHEDER I 2.0

De sociale netværkssteder rummer muligheder for formidling og dialog om historiske emner og personer. Men det er også et rum, hvor personer forholder sig til emner, aktiviteter og til hinanden. De relationer, normer og omgangsformer som skabes på digitale steder, er lige så velegnede som genstand for etnologiske undersøgelser som dem, man finder IRL.

I virtuelle verdener forsøger beboerne fx ofte at markere IRL-traditioner, og interessant nok: på nogenlunde samme måde. Midsommer er en markant årsfest i de nordiske lande, men også i de nordiske sims i Second Life. Både Second Sweden og Noreg markerede i 2009 midsommer med store fester og livemusik, og med så mange deltagere, at det kunne mærkes i form af lag (dvs. vanskeligheder ved at navigere på grund af et stort antal samtidige brugere).

Second Sweden havde opsat en midsommerstang og udsmykket med svenske flag, plus en stor dalarhest i de blå-gule farver. Mange avatarer sås i en form for "nationaldragt", hvilket i øvrigt gjaldt for både svenske og ikke-svenske deltagere. Den norske sim Noreg bød også på en midsommerstang, dog også her forsynet

med blå-gule bånd. Måske fordi man ikke havde nået at bygge én selv og derfor havde anvendt en svensk i stedet.

Second Sweden byder også på en traditionsrig Lucia-fest, med optog, Lucia-sang m.m. Til Valentinsdag - "Alla Hjärtans Dag" - har den svenske sim i flere år afholdt en form for fest: et bal, hvor festområdet udsmykkes med hjerter, roser og anden, traditionelt "romantisk" pynt. Fester som jul og Halloween fejres med en række af de samme udtryk og markører, som kendes fra RL. Der opsættes Halloween-dekorationer i form af græskarlygter, der etableres "uhyggefulde lokaliteter" med skeletter, edderkopper, kister etc.. På samme måde er julen i Second Life fuld af vinterlandskaber, Santa Claus og Mrs Claus avatarer og julemarkeder, med masser af små boder, hvor avatarerne kan shoppe eller fx få et karamelliseret æble at gå rundt med. Dvs. aktiviteter, der i høj grad trækker på markører og elementer fra den virkelige verden

På denne måde tager vi tilsyneladende en række af RL's traditioner med os ind i de virtuelle fællesskaber. Vi kan i princippet ALT i en virtuel verden, men vælger alligevel pt. nogle former, som vi kender fra RL og derfor ikke har svært ved at genkende eller relatere til, og hvis koder vi kender. Traditionerne definerer os som gruppe, og giver samtidigt noget at vise andre grupper - noget at invitere dem indenfor i.

Men måske er der også særlige virtuelle traditioner og skikke under udvikling. SL's fødselsdag kunne være et element til undersøgelse. Hvordan fejrer en virtuel verden sig selv? I hvilket omfang anvendes symboler og ikoner fra RL, fx fødselsdagskager, lys etc. Og i hvilket omfang skabes helt nye? Desværre falder SL's fødselsdag på Sankt Hans aften, og kan derfor være vanskelig at deltage aktivt i, hvis man samtidigt skal passe de hjemlige båltraditioner.

Et andet - rent virtuelt - event er sneboldkampen mellem brugere af Second Life (kaldet residents) og "Lindens", dvs. medarbejdere i det firma, som driver netop denne virtuelle verden.

En helt tredje form for tradition hører til den virtuelle privatsfære, nemlig den såkaldte rezzday. Rezzday er "den virtuelle fødselsdag", dvs. den dag hvor en avatar første gang blev oprettet og begav sig ude i den store, vide og virtuelle verden.

Traditionen blev kickstartet ved eventet "Poppins Challenge" 18. oktober 2008 af den kvindelige avatar Moggs Oceanline. Hun forklarer ideen således i rezzday-flickr gruppen: "*It **could** be a symbolic thing to do on your rez day... you know... jumping naked from the sky is a symbolism of jumping into the unknown world of second life. Or... alternatively - it could just be some silly fun.*" I januar 2010 indeholder gruppen ca. 50 billeder af avatarer, der iført paraply og ikke så meget andet, suser ned gennem skyerne.⁷

⁶Harrys blog findes stadig på <http://wwar1.blogspot.com>

⁷Gruppen findes på <http://www.flickr.com/groups/poppinsrezzdayjump/>

På sociale netværkssteder findes ikke blot traditioner, men også skrevne, men også især uskrevne, regler for hvordan der interageres. Disse former kan - i det samme netværk være forskellige i forskellige aldersgrupper. Eksempelvis er der tegn på, at yngre, som i Danmark skifter det mere teenageprægede netværk Arto ud med Facebook, tager særlige udtryksformer med sig ind i det nye netværk. Det gælder måske de konventioner som har betydet at fx piger, der har et særligt tæt venindeforhold "gifter" og "forlover" sig med hinanden, eller angiver hinanden som "søskende" uden at være i biologisk eller familiemæssig forbindelse.⁸ Også den måde, så fx tilknytning til grupper og sider som "*Neej mor jeg kom ikke for sent i seng, jeg kom bare for tidligt op!!*" og "*Man må ikke*" - *Rend mig, jeg gøre det alligevel!!:D*" kan anvendes kommunikativt.

Det er naturligvis ikke alle, der ser positivt på netværksmulighederne. Der har været talt om netværkstræthed eller "networkingfatigue" Fænomenet omtales fx allerede 2007 på netstedet slashdot⁹ og der findes selvfølgelig netværksskrittiske, der mener at ikke virtuel social kontakt er at foretrække. Disse kaldes også GAL'ere - dvs. "getalife"ere.¹⁰

Et interessant element for etnologisk opmærksomhed er derfor også er den "modbevægelse", der skabes af personer og websteder, der har en negativ holdning til sociale netværkssteder. Der findes netværkssteder, som opfordrer personer til at begå virtuelt-socialt selvmord eller ændre netværksindstillinger, som gør det vanskeligt for andre at skabe kontakt.netsteder af denne type er fx fx www.seppukoo.com, www.enemybook.org og www.isolatr.com. Denne "mod-trend" har også været genstand for kommerciel udnyttelse - i begyndelsen af 2009 da fastfood-kæden Burger King skabte Facebookapp'en "The Whopper Sacrifice", der gik ud på at give en gratis burger til facebookbrugere, der defriendede 10 af deres kontakter. App'en findes tilsyneladende ikke længere på www, men er omtalt i artikel på det meget brugte netsted for nyheder om sociale medier, Mashable, fra 2009.¹¹

I den mere "seriøse" ende af spektret findes fx de mange trends, der påbyder, at profilbilleder ændres på en bestemt måde for at markere tilslutning til forskellige synspunkter. Et eksempel kunne være de grønne profilbilleder på Twitter, som i sommeren 2009 markerede støtte til den iranske opposition.

⁸Malene Charlotte Larsen: "Sociale netværkssider og digital ungdomskultur: Når unge praktiserer venskab på nettet" i *MedieKultur*, Vol 47. <http://ojs.statsbiblioteket.dk/index.php/mediekultur/article/view/1474>

⁹<http://slashdot.org/articles/07/01/02/237223.shtml>

¹⁰<http://acronyms.thefreedictionary.com>

¹¹<http://mashable.com/2009/01/09/whopper-sacrifice/>

En særlig Twitter-relateret tjeneste www.twibbon.com, har udviklet en service, som gør det muligt at sætte særlige ikoner på sit profilfoto for at vise sympati med fx velgørende aktiviteter etc. Et lignende fænomen er organiseret brug af bestemte statusmeddelelser på Facebook. Fx meddelelsen "Jeg er Kurt Westergaard" som i januar 2010 anvendtes som sympatitilkendegivelse overfor Muhammed-tegneren af samme navn. Kurt Westergaard blev overfaldet i sit hjem af en øksebevæbnet mand, og Facebook-statusmeddelelsen blev anvendt for at vise afstandtagen overfor hændelsen. Et tredje eksempel kunne være "stilhedsaktionen" 15-16 januar, som opfordrede til at mindes ofrene for jordskælvet i Haiti med en bestemt status, men som også henstillede, at deltagerne lod denne tilkendegivelse stå i et længere tidsrum.

På denne måde får statusmeddelelsen en funktion, der minder om fx 70'ernes badges - en offentlig, mere "langvarig" tilkendegivelse af bestemte fx humanitære og politiske standpunkter.

Det kan være svært at vide, hvornår og hvordan aktiviteter af ovennævnte art starter. Men i dag har kulturforskeren faktisk et nyt hjælpemiddel i Google, nærmere betegnet den tjeneste, der kaldes Insights. Her er det muligt at undersøge søgemønstre, start og geografisk udbredelse for forskellige søgefraser og sammenligne dem med andre.

Det er ikke alle netbrugere, der straks vil forstå en ny trend eller markering. Nogle vil have brug for at søge oplysning om betydningen ved fx at google. Et konkret eksempel kunne være kvindelige facebook-brugeres "farve-opdateringer" omkring 3-7 januar. Statusopdateringerne indeholdt blot indeholdt ét enkelt ord, en farve. Meningen var, at deltagerne ved at skrive farven på deres BH, kunne være med til at sætte fokus på brystkræft. Søgeordene "farve facebook" oplevede et sandt boom i disse dage, hvorimod interessen for søgningen "brystkræft" kun steg en ganske lille smule. Dette er naturligvis ikke "bevis" på at der ikke kunne være skabet øget interesse for brystkræft, men kun at en sådan evt. interesse ikke har givet udslag i en øget søgeaktivitet.

Den samme tjeneste kan give en hjælpende hånd til den, der forsker i rygter. Da Facebook i april 2009 var "ramt" af en hoax, der opfordrede til at undlade at blive "venner" med en væmmelig hacker ved navn Christopher Butterfield, kunne Google Insights give fingerpeg om rygten. I hvilke lande og hvornår blev googlesøgningen efter Butterfield hyppigt forekommende, hvornår var interessen klinget af, etc.

Ligesom nettet nok aldrig bliver det samme, bliver studiet af folkekultur næppe atter noget, der kan bedrives uden at inddrage transmediale synsvinkler eller redskaber.

FÖRFATTARE

Charlotte S. H. Jensen är mag. art., folklorist och verksam vid Forsknings- og Formidlingsafdelingen vid Nationalmuseet i Köpenhamn.