

# Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder

Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz (red.)



FAGBOKFORLAGET



# Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder



# Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder

Knut Ove Eliassen,  
Anne Ogundipe og  
Øyvind Prytz (red.)



FAGBOKFORLAGET

Boken ble første gang utgitt i 2022 på Vigmostad & Bjørke AS.

Redaksjonelt arbeid, utvalg og introduksjon © Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz (red.) 2022. Hvert enkelt kapittel © den respektive forfatter 2022.

Dette verket, tilgjengelig fra <https://oa.fagbokforlaget.no>, omfattes av åndsverksloven og er lisensiert under følgende Creative Commons lisens: Navngivelse-Ingjen bearbejdelser 4.0 Internasjonal (CC BY-ND 4.0).

Denne lisensen gir tillatelse til å kopiere, distribuere eller spre materialet i hvilket som helst medium eller format, inkludert kommersielle. Disse frihetene gis på følgende vilkår: Du må oppgi korrekt kreditering, oppgi en lenke til lisensen, og indikere om endringer er blitt gjort. Du kan gjøre dette på enhver rimelig måte, men uten at det kan forstås slik at lisensgiver bifaller deg eller din bruk av materialet. Dersom du remikser, bearbejder eller bygger på materialet, kan du ikke distribuere det bearbejdede materialet. Du kan ikke gjøre bruk av juridiske betingelser eller teknologiske tiltak som lovmessig hindrer andre i å gjøre noe som lisensen tillater.

For å se en kopi av denne lisensen, besøk <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/deed.no>

Lisensen gir deg ikke nødvendigvis alle de tillatelser som er nødvendig for din tiltenkte bruk. For eksempel kan andre rettigheter, som reklame-, personvern-, eller ideelle rettigheter, sette begrensninger på hvordan du kan bruke materialet.

Boken er en del av Kulturrådets bokserie. Kulturrådets FoU-utvalg er redaksjonsråd for bokserien. Kulturrådets utgivelser omfatter forsknings- og utredningsarbejder med relevans for Kulturrådet, for norsk kulturliv og for forskere på kulturfeltet. De vurderinger og konklusjoner som kommer til uttrykk i utgivelsene, står for den enkelte forfatters regning og avspeiler ikke nødvendigvis Kulturrådets oppfatninger. For mer informasjon om Kulturrådet og Kulturrådets utgivelser: [www.kulturradet.no](http://www.kulturradet.no).

For mer informasjon om forskningssatsingen Digital kultur, estetiske praksiser: <https://www.kulturradet.no/forskning/digital-kultur>.

ISBN trykt utgave: 978-82-450-4419-5  
ISBN elektronisk utgave: 978-82-450-4350-1  
DOI: <https://doi.org/10.55669/oa1405>

Spørsmål om denne utgivelsen kan rettes til:

[fagbokforlaget@fagbokforlaget.no](mailto:fagbokforlaget@fagbokforlaget.no)  
[www.fagbokforlaget.no](http://www.fagbokforlaget.no)

Forsidebilde: Kristin Sæterdal: *No Signal, Brown*, 2017

© Kristin Sæterdal / BONO, Oslo 2022

Kunstverk er gjengitt etter tillatelse og omfattes ikke av bokens lisens. Foto: Anders Elverhøy

Sats: Bøk AS

# Innhold

- 09 Innledning  
*Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz*

## Infrastruktur

- 39 Estetiske praksiser i plattformøkonomien  
*Knut Ove Eliassen*
- 77 Analogiseringen av det digitale. Dramaturgi  
i unntakstilstand  
*Tore Vagn Lid*
- 105 Narveslibiblioteket, deltagarestetik och den  
tecknade seriens ekologisering  
*Per Israelson*
- 145 Hack. Cory Arcangels medieintervensjoner  
*Eivind Røssaak*

## Plattformestetikk

- 185 Instagramdikt og plattformlogikk  
*Hans Kristian S. Rustad*
- 223 Interactivity and togetherness in digital theatre  
*Elena Pérez og Ellen Foyen Bruun*

- 255 Spilleestetikk. Om lyd og musikk i dataspill  
*Lykke Guanio-Uluru*
- 289 Det medierte minnesteedet. En studie av *Falstad*  
*digital rekonstruksjon*  
*Ingvild Hagen Kjørholt, Ingeborg Hjorth, Insa Müller*  
og *Anette Homlong Storeide*

## **Mediering**

- 321 Instagram og uavhengige klesdesigneres  
medieringspraksiser  
*Synne Skjulstad og Ida Eritslund*
- 353 Hjemmefra. Kunstformidling under  
koronapandemien  
*Caroline Ugelstad*
- 385 Kamerabasert kunst på digitale plattformer  
*Susanne Østby Sæther*
- 423 Strømmekonsserter – mer enn nødløsninger?  
*Hendrik Storstein Spilker, Yngvar Kjus og*  
*Håvard Kiberg*

## **Politikk**

- 463 Pandemi som mulighetsrom for digital  
transformasjon  
*Aina Landsverk Hagen, Ingrid M. Tolstad og*  
*Sara Berge Lorenzen*



- 495 Mulighet og risiko. Digital kulturpolitikk for barn og unge  
*Ole Marius Hylland og Bård Kleppe*
- 531 Massedigitaliseringens politikker  
*Nanna Bonde Thylstrup*
- 553 Withdrawal and disconnection in times of quarantine  
*Pepita Hesselberth*
- 577 Forfatteromtaler
- 585 Bildekrediteringer



# Innledning

Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz

Denne utgivelsen springer ut av Kulturrådets forskningsprogram *Digital kultur, estetiske praksiser*. Forskningsprogrammet, som var delfinansiert av Kulturdepartementet, ble iverksatt for å undersøke hvordan de digitale teknologiene og mediene som i stadig større grad har blitt en del av hverdagslivet vårt, også har følger for kunst- og kulturfeltets uttrykksformer, bruksmønstre og økonomi.

Målet for forskningsprogrammet, slik det ble formulert i programnotatet som lå til grunn for utlysningen av midler til forskningsprosjekter, var å få belyst «hvordan digitalisering og digital mediekultur preger estetiske praksiser i samtiden og utfordrer etablerte begrep, kategorier og forståelsesformer knyttet til kunst og kultur». Det handlet ikke kun om å forstå de nye estetiske sjangrene og uttrykksformene som baserer seg på eller som eksplisitt utforsker det kunstneriske potensialet i digitale materialer, verktøy og formidlingsformer, slik vi blant annet kan se det innenfor såkalt digital kunst eller i den elektroniske litteraturen. Like mye handlet det om å forstå hvilke endringer teknologiutviklingen bringer med seg innenfor det bredere kunst- og kulturfeltet, også innenfor estetiske praksiser som i liten grad gjør digitale teknologier

og medier til en tematikk eller til en del av formspråket. Det var et mål å forstå påvirkninger som digitaliseringen måtte ha selv på kunstpraksiser som tradisjonelt oppfattes som ikke-digitale, som for eksempel teater- og scenekunstene. De mer grunnleggende samfunnsmessige endringene som digitaliseringen bringer med seg, og som også virker inn på allerede etablerte, analoge estetiske praksiser, ble sett på som potensielt like betydningsfulle som de rene digitalestetiske eksperimenteringene.

Programnotatet skisserte tre mulige innganger til tematikken. For det første kunne det handle om bruken av digitale teknikker og medier i *produksjon* av kunst og kultur, og – i forlengelsen av dette – om hvordan digitale teknologier og medier har muliggjort etableringen av nye estetiske uttrykk, praksiser og skapende fellesskap. For det andre kunne det handle om bruken av digitale teknologier og medier i distribusjon, formidling og bruk av kunst og kultur, altså om hvordan digitaliseringen har endret måtene kunstneriske og kulturelle uttrykk og praksiser *sirkulerer* på, og hvordan dette igjen påvirker kunst- og kulturfeltets strukturer og økonomi. For det tredje kunne det handle om de *kulturelle og samfunnsmessige endringsprosessene* som knytter seg til digitaliseringen. Det kunne handle om hvordan endringene i feltets rammeverk påvirker ikke bare kunstneriske og kulturelle uttrykk og praksiser, eller vår forståelse av dem, men også hvordan disse uttrykkene og praksisene selv bidrar til å formulere, forskyve, fortolke og forstå de endringsprosessene de er en del av. Kort sagt kunne den tematikken som forskningsprogrammet skulle utforske, oppsummeres i tre spørsmål: Hvilke nye kunstneriske og kulturelle praksiser og uttrykksformer følger i kjølvannet av digitaliseringen? Hvordan blir strukturer, økonomier og virkemåter i feltet endret? Og hvordan bidrar digitale teknologier og medier, og de praksiser de muliggjør, til å endre våre begreper om og vår forståelse av kunst og kultur, og av kunsten og kulturens rolle i samfunnet?

Uavhengig av hvilke svar man forventet å få, var det et premiss for prosjektet at kunst- og kulturfeltet – eller snarere kunstens og

kulturens mangslungne og forskjellige felt – gjennomgår betydelige endringer. Disse endringene vil på sikt kunne få følger for den kulturpolitiske organiseringen av sektoren. Det var derfor Kulturrådets og Kulturdepartementets kunnskapsbehov som gjorde prosjektet nødvendig. Det var ikke kun behov for oppdatert kunnskap om kunst- og kulturfeltets virkemåter, om fremveksten av nye estetiske praksiser, eller om endringene i de strukturelle og økonomiske rammene for kunst og kultur, det var også nødvendig å styrke forståelsen av hvilke handlingsrom kulturpolitikken kan ha i den nye digitale situasjonen i årene fremover.

## Kunsten og kulturen er alltid allerede digital

Forskningsprogrammet ble igangsatt før koronaviruset spredte seg verden over, og med voldsomt tempo og omfang tvang igjennom en reorganisering av sivile og offentlige sektorer. Pandemiens – eller snarere smitteverntiltakenes – effekter ble særlig synlige i kunst- og kulturfeltet. Over natten måtte teatre, biblioteker, gallerier og kinosaler stenge; filminnspillinger og konserter ble avlyst, festivaler og bienaler likeså. Men selv om kunstens og kulturens tradisjonelle arenaer og møteplasser ikke lenger var tilgjengelige, og selv om nedstengningen etter hvert skulle føre til økonomiske utfordringer for en rekke aktører, stoppet ikke kunst- og kulturlivet helt opp. Relativt raskt begynte kunstnere og kulturinstitusjoner å utforske nye måter å nå ut til publikum på. Virtuelle teateroppsetninger, strømmekonserter og digitale museumsturer ble snart de nye formidlingsformatene; videokonferanseplattformer som Zoom og Teams, og sosiale medier som Facebook og Instagram ble de nye kunstarenaene. Digitale kanaler og plattformer fremsto plutselig med en annen og mer akutt relevans enn tidligere, de var mulige veier ut av uføret.

Overgangen til et mer eller mindre heldigitalt kulturliv var brå, og den digitale utmattelsen spredte seg omtrent like raskt som den

digitale entusiasmen. Ikke desto mindre ble det tydelig allerede i den første nedstengningsperioden våren 2020 hvordan kunsten og kulturen – og samfunnet mer generelt – allerede hadde gjennomgått betydelige digitaliseringsprosesser. Forbrukerteknologier som de fleste i Norge har tilgang til, slik som smarttelefoner, nettbrett og annet, hadde gjort det mulig å skape, dele, delta i og bruke et stort mangfold av kunst- og kulturuttrykk hjemmefra. Viktig infrastruktur var allerede på plass. I realiteten baserte en stor andel av kulturbruken seg allerede på strømming og digitale distribusjonskanaler – ikke minst på musikkfeltet og innenfor film, TV og dataspill. Fra et slikt perspektiv kan det argumenteres for at pandemien snarere enn å representere et dramatisk teknologisk eller estetisk brudd, bidro til å forsterke og sette i relieff en utvikling som hadde pågått over flere tiår allerede.

Etter pandemien fremstår formuleringen «digital kultur» langt på vei som en pleonasme. Å snakke om «kunst og kultur» er i dag å snakke om «digital kunst og kultur». Og å snakke om «digitalisering av kunst og kultur» er i realiteten å snakke om utviklingen av kunst- og kulturfeltet generelt. De seksten artiklene i denne boken bidrar på ulike måter til å demonstrere hvordan svært mange kunstneriske og kulturelle praksiser i dag, på ett eller annet tidspunkt i prosessen, gjør bruk av digitale teknologier og medier. Det kan handle om digitale produksjonsverktøy, digitale salgs- og distribusjonsplattformer, formidling av og diskusjoner om kunst og kultur i forskjellige nettfora eller om kunstneres deltagelse i ulike digitale nettverk – for å nevne noe. Gamle analoge teknologier forsvinner. For de fleste forfattere, for eksempel, er ikke skrivemaskinen lenger i bruk, forfatterne bruker digitale tekstbehandlingsprogrammer, og slik forblir litteraturen i det digitale helt til den trykkes på papir. Musikken, på sin side, er i mange tilfeller heldigital og blir ikke «analog» før lyden strømmer ut av høyttalerne. Dataanimasjon har gjort at filmmediet ikke lenger representerer levende bilder, men blander datagrafikk med filmopptak gjort av digitale kamera. Grensene mellom «det analoge» og «det digitale», mellom «online» og «offline» har slik blitt utydelige, og i en rekke sammenhenger har de blitt vanskelige eller

meningsløse å opprettholde. Derfor er det lite hensiktsmessig i dag å se på «den digitale» kunsten og kulturen som et eget område adskilt fra den «analoge» kunsten og kulturen, eller for den sakens skyld å hevde at den ene er mer *egentlig* enn den andre. Digitale teknologier og medier er en del av hverdagslivet, en del av den livsverdenen vi alle må forholde oss til, og på den måten også en del av grunnbetingelsene for all kunst og kultur. Å forstå digitaliseringen er kort sagt å forstå samtiden.

Hva betyr egentlig digitalisering på kunst- og kulturfeltet? En viktig ambisjon med forskningsprogrammet *Digital kultur, estetiske praksiser* har vært å komme på baksiden av det tidvis ideologisk pregede begrepet «digitalisering» – et begrep som ofte tilslører mer enn det avklarer, som bringer med seg lovnader om noe nytt og fremtidsrettet, og som på den måten gjerne tillegges en form for egenverdi. Artiklene i denne boken viser med all tydelighet at «digitalisering» ikke er en entydig størrelse. Tvert imot involverer digitaliseringen en rekke små og store teknologier og medieplattformer som griper inn i feltet, og som tas i bruk på en rekke forskjellige måter av de ulike aktørene. Det digitale er ikke en ting eller et mål i seg selv, men en ny verktøykasse som muliggjør nye estetiske praksiser – nye måter å skape, distribuere, formidle og bruke kunst og kultur på.

Et begrep om det «postdigitale» har blitt brukt for å betegne en situasjon der digitale medier og teknologier har blitt hverdagslige, og der brukernes forhold til teknologiene ikke i samme grad som før preges av fascinasjon eller naiv optimisme, men snarere av en form for distansert eller skeptisk fortrolighet. Den digitale omveltningen er ikke lenger noe som skal komme, den har i mange tilfeller for lengst funnet sted og er dessuten mer uryddig, sammensatt og mangeartet enn det smarttelefonens stilrene design kan gi inntrykk av. Gamle og nye medier lever side om side, men i en medieøkologi som er ugjenkallelig digital. Og selv om mediene og distribusjonsformene er nye, ligner kunstens og kulturens sjangre og uttrykksformer fremdeles på seg selv. Vi lytter fremdeles til musikk. Vi leser fremdeles romaner. Vi

går fremdeles i teater, og vi oppsøker kunstmuseer. Og likevel bringer digitaliseringen med seg viktige endringer som det er viktig å forstå, også med et kritisk blikk på teknologiutviklingen. Flere av bokens artikler peker på at teknologier aldri er nøytrale. De oppstår aldri av seg selv, men uttrykker og tjener alltid noens interesser. Artiklene viser hvordan digitale medier og teknologier for produksjon, publisering, distribusjon og bruk av kunst og kultur legger bestemte rammer for og føringer på hva som er mulig å skape og formidle, hvordan det formidles, og hva som blir synlig i det digitale medielandskapet og dermed tilgjengelig for publikum. Innsikt i de digitale mediene og teknologienes virkemåter, så vel som i de økonomiske og sosiale strukturene som mediene og teknologiene er en del av, er nødvendig for å forstå kunst- og kulturfeltet og de estetiske praksisene i den digitale produksjonens tidsalder.

For bedre å gripe kompleksiteten og det sammensatte eller sågar motsetningsfylte i de pågående endringsprosessene, og for å forstå hvilke konkrete utslag de gir, var det et ønske allerede fra starten av at forskningsprogrammet skulle undersøke et bredt spekter av estetiske praksiser. Denne bokens artikler dekker derfor en rekke delfelt, sjangre og perspektiver. Forskningsbidragene handler om digital formidling av visuell kunst og av minnesteder, om strømmekonsserter, dataspill, tegneserier, lyrikk på Instagram og om massedigitalisering i biblioteker. De handler om hvordan web 2.0 og sosiale medier bidrar til å restrukturere motefeltet, om hvordan scenekunsten og kulturpolitikken forholder seg til digitaliseringen, om digital transformasjon i kulturinstitusjoner, og – endelig – om å trekke seg tilbake fra det digitale. For å nevne noe.

Bokens brede vifte av artikler er ikke uttømmende for tematikken. Men selv om viktige problemstillinger kunne ha blitt utforsket enda grundigere, gir ikke desto mindre boken – når man leser den som en helhet – et viktig bidrag til en samlet forståelse av hvordan samtidens estetiske praksiser i dag fungerer, og hvordan de preges av digitale teknologier, medier og plattformer.



## Infrastruktur og politikk

Det kan være lett å glemme, men forutsetningen for mye av dagens kulturbruk er relativt lett tilgjengelige datamaskiner og smarttelefoner med til dels svært avansert funksjonalitet og programvare. Sammen med utviklingen av internett har de bidratt til å redefinere kunst- og kulturfeltet. Nyere teknologiutvikling innenfor maskinvare så vel som programvare har gjort produksjonsverktøy som tidligere krevde store investeringer, tilgjengelig for brede grupper av brukere. Slik har feltet blitt åpnet for nye aktører, og nye estetiske praksiser har vokst frem. Teknologiutviklingen har dessuten lagt til rette for nye former for interaktivitet som har transformert de kommunikasjonsformene og informasjonshierarkiene som preget internett på 1990-tallet. Især har de tekniske og sosiale innovasjonene som gjerne knyttes til begrepet web 2.0, endret både kunst- og kulturfeltets produksjonsvilkår og måtene kunst og kultur distribueres og brukes på. Rollene i feltet og måtene aktørene kommuniserer og interagerer med hverandre på, er forandret. Blant annet har forholdet mellom kunstnere og publikum, mellom produsenter og konsumenter, endret karakter, en endring som har fått et slående uttrykk i nyordet «prosument». Ordet uttrykker hvordan digitaliseringen har bidratt til å viske ut det gamle skillet mellom en «aktiv» skaper og en «passiv» tilskuer. Som artiklene i denne antologien demonstrerer, er de to rollene ofte overlappende, og forholdet mellom dem er dynamisk.

Det endrede forholdet mellom kunstnere og publikum er tett knyttet til de mange digitale medieplattformene som i dag preger kunst- og kulturfeltet. Plattformbegrepet går igjen i mange av artiklene i denne boken, og det er et begrep det er vanskelig å komme unna: Digitale plattformer har blitt definerende for mange av samtidens estetiske praksiser. Begrepet er dynamisk og brukes med litt ulike betydninger. Ofte anvendes det allment om den teknologien som tas i bruk som fundament eller stillas for å skape, dele, formidle eller bruke kunst og kultur. Mer spesifikt henviser det til en type

digital infrastruktur eller arkitektur som legger til rette for ulike typer møter og transaksjoner mellom enkeltbrukere eller konstellasjoner av brukere, det være seg privatpersoner, kommersielle aktører eller statlige institusjoner. Plattformer er slik forstått en digital infrastruktur som bidrar til å sette innholdsprodusenter eller tjenesteleverandører i kontakt med aktuelle mottagere eller sluttbrukere – selv om rollene som skapere og brukere ikke er statiske. YouTube, Spotify, Instagram og andre sosiale medier er eksempler på slike plattformer. Spotify, for eksempel, tilbyr en infrastruktur hvor skapere av musikk kan gjøre den innspilte musikken tilgjengelig for publikum, og hvor publikum kan oppsøke og velge blant et stort utbud av musikk. Instagram på sin side gir brukerne mulighet til å dele bilder, det vil si formidle et innhold, og på den måten komme i kontakt med eller opprettholde dialog med andre brukere.

På mange av plattformene, ikke minst innenfor de sosiale mediene, er terskelen for å dele, delta og bruke svært lav. Grensesnittene er designet for å inkludere flest mulig, og de tekniske utfordringene ved å bruke plattformene er små. Ofte tilbyr plattformene maler, formater og filtre som bidrar til å lette det kreative arbeidet – en form for estetiske halvfabrikater kunne man kanskje si. Plattformene mangler dessuten den typen portvoktere eller redaktører som tradisjonelt har hatt makt til å definere hva som finner veien ut i offentligheten. Alle har mulighet til å dele det man måtte ønske å dele. Dette betyr imidlertid ikke at det ikke finnes rammer. Plattformbrukerne må forholde seg til plattformenes egne retningslinjer for bruk, og disse legger ofte tydelige føringer på hva som kan deles og hvordan. Brukerne må også forholde seg til algoritmer som sjelden er transparente, og som bestemmer hvilket innhold som løftes frem når og i hvilke kontekster. Selv om alle kan skape og dele i den digitale produksjonens tidsalder, blir ikke alt synlig for alle. Medieringen plattformene tilbyr, er altså ikke betingelsesløs. Flere av artiklene i denne boken viser hvordan grensesnittene, funksjonalitetene og økonomien som ligger til grunn for plattformenes virkemåte, preger estetiske praksiser og uttrykksformer i dag.

Plattformenes ikke-nøytralitet knyttes til at de har utspring i, uttrykker og setter i spill et bestemt sett med underliggende normer og verdier. Dette har igjen sammenheng med at infrastrukturen ofte baseres på data som genereres av brukerens aktiviteter. Særlig de sosiale mediernes finansieringsmodeller avhenger nettopp av denne typen data. Enhver transaksjon eller handling på en nettside, i en applikasjon eller på en plattform, det være seg et kjøp, et *like* eller tidspunktene et produkt strømmes på, produserer informasjon. Slik har kunst- og kulturfeltet, i kraft av de svimlende mengdene metadata de ulike aktørene genererer, på ett nivå blitt et betydelig mer transparent felt enn det tidligere tiders forbrukersosiologer noensinne kunne drømme om – men vel og merke kun for teknologiselskapene, siden dataene som regel holdes skjult for offentligheten og forskningen. Den innsamlede informasjonen brukes i neste runde til å etablere kundeprofiler, tilby brukertilpasset reklame og anbefale innhold, og til å identifisere kollektive konsummønstre. Ut fra dette kan nye tilbud og produkter designes, og etterspørselen av disse kan forutses eller skapes. En av effektene av plattformiseringen synes med andre ord å være at kulturfeltet har blitt langt mer manipulerbart og mindre autonomt enn før – muligheten for styring og fortjeneste er grunnen til at metadataene i det hele tatt innsamles og analyseres. Det gamle spørsmålet om det er børs eller katedral som skal styre kunstens verden, er med andre ord stadig like aktuelt.

Fremveksten av digitale plattformer innebærer en forskyving av makt – økonomisk makt, men også makt til å definere hvilke kulturuttrykk som når ut til publikum. En stadig større del av infrastrukturen for produksjon, distribusjon og bruk av kunst og kultur kontrolleres i dag av store, internasjonale teknologiselskaper. Det tvinger frem et mer grunnleggende spørsmål om hvem det er som skal råde over de digitale plattformene som kunsten og kulturen i stigende grad er avhengig av, og hvilke føringer plattformene legger på brukerne og de estetiske praksisene de muliggjør eller medierer. Slik er plattformiseringen en kulturpolitisk utfordring. Kulturpolitikk er i dag også mediepolitikk,

digitaliseringspolitikk, rettighetspolitikk, personvernpolitikk og skattepolitikk – bare for å nevne noen av de politikkområdene som utviklingen av kunst- og kulturfeltet knytter seg opp til. Samtidig er det grenser for hva en nasjonal kulturpolitikk kan styre og regulere. De store teknologiselskapene synes i mange tilfeller å ha større definisjonsmakt enn kulturpolitikken.

Kulturpolitikk, kan man si, handler om prioritering og om å styre utviklingen i en bestemt, ønsket retning. I kulturpolitiske dokumenter snakkes det i den sammenheng ofte om kvalitet. I den siste kulturmeldingen, *Kulturens kraft*, som kom i 2018, er det sågar et overordnet kulturpolitisk mål at vi skal ha et fritt og uavhengig kulturliv som skaper kunst- og kulturuttrykk av ypperste kvalitet. Kvalitet er også et sentralt kriterium når Kulturrådet tildeler tilskudd. Vedtakene baserer seg på kunst- og kulturfaglig skjønn, eller med andre ord på en skjønnsmessig vurdering – basert på faglige diskusjoner – av at noen estetiske praksiser har større verdi eller høyere kvalitet enn andre, og dermed i større grad fortjener støtte.

Det siste halve århundret har vi sett en vedvarende diskusjon om og en reevaluering av etablerte hierarkier, hvor stadig nye sjangre har blitt inkludert i det «gode selskap» – blant annet gjennom å få tilskudd fra nettopp Kulturrådet. Nye sjangre, for eksempel tegneserier eller countrymusikk, har fått kulturpolitisk legitimitet som «kvalitetskultur». I slike prosesser blir det kulturpolitiske feltet større, kulturpolitikken får et større ansvar og et større felt å rette oppmerksomheten mot. At kvalitetsforståelser hele tiden må reforhandles, er en del av utviklingen av kunst- og kulturlivet og i seg selv ikke en kulturpolitisk utfordring. Spørsmålet om kvalitet kan likevel være en utfordring i den digitale produksjonens tidsalder. Plattformlogikken synes nemlig å prioritere kvantitet foran kvalitet. Den prioriterer ikke de spesifikke egenskapene ved de enkelte estetiske objektene, men derimot strømmen av estetiske objekter. Den ene Netflix-serien eller den ene TikTok-videoen tar deg videre til den neste. Dette gjør noe med vår forståelse av «kunst». Hvis antall likerklikk er måltallet, eller algoritmene bestemmer hva som

skal synes og få oppmerksomhet, hvilken «kunst» er da den viktigste, hvilken «kunst» fortjener kulturpolitisk interesse, og ikke minst offentlig støtte?

Programnotatet som lå til grunn for utlysningen, betonet hvordan digitaliseringen ikke bare endrer konkrete praksiser, eller kunst- og kulturfeltets grunnleggende strukturer, men at den også fører med seg endringer i de begrepene og forståelsesformene vi møter kunst og kultur med, og det i den grad at selv grunnleggende kategorier som – nettopp – «kunst» og «kultur» kan sies å være i bevegelse. Når Kulturrådet valgte å bruke formuleringen «estetiske praksiser» i tittelen på forskningsprogrammet, snarere enn «kunst og kultur» eller «kunstneriske og kulturelle praksiser», var det med en bevissthet om de forskyvinger – og dilemmaer – som allerede hadde begynt å vise seg. Er det moderne kunstbegrepet, med dets tilhørende forestillinger om kunstneren, geniet, kunstverket og kunstverkets særlige, sanselige innsikter, fremdeles et relevant begrep, kan man spørre seg, for å forstå de uttrykksformene som plattformene setter i sirkulasjon? I programnotatet ble det i tråd med dette signalisert at «estetiske praksiser» skulle forstås bredt. Begrepet kunne omfatte både kunstneriske og kulturelle objekter, ytringer, innhold og uttrykk, og situasjoner eller sammenhenger der disse produseres, formidles, sirkuleres, oppleves eller brukes. Ikke minst var det en ambisjon å åpne for studier av estetiske uttrykksformer og praksiser som bryter med eller går på tvers av etablerte kategorier og sjangre, praksiser som i mange tilfeller ennå ikke er fullstendig begrepsfestet, om det nå dreier seg om tverrkunstneriske digitale eksperimenter, selvpubliserte e-bøker, dataspill, podkaster, bildemateriale på Instagram eller de nye estetiske praksisene som tar form på plattformer som TikTok, YouTube eller Snapchat. De estetiske praksisene er i endring, og artiklene i denne boken er et forsøk på å forstå og gi begrep til de prosessene – og de sjangrene og uttrykksformene – som er i ferd med å utfolde seg.

## Bokens oppbygning

Etter en utlysning sent høsten 2018 tildelte Kulturrådet forskningsmidler til en rekke mindre forskningsprosjekter våren 2019. Oppstarten av forskningsarbeidet ble markert med en større konferanse og et arbeidsseminar i september 2019. Et nytt seminar var planlagt et halvår senere, i mars 2020, men like før forskerne skulle møtes, rammet pandemien, og alt ble stengt. For Kulturrådets FoU-utvalg, som har fungert som programstyre for *Digital kultur, estetiske praksiser*, ble det raskt klart at det ville være viktig å dokumentere og frembringe kunnskap om det som var i ferd med å skje. Det var åpenbart at smitteverntiltakene ville få stor betydning for bruken av digitale medieteknologier også på kunst- og kulturfeltene. Kulturrådet lyste derfor ut ekstra midler til forskningsartikler som kunne utdype perspektivene i de allerede igangsatte forskningsprosjektene. Seks av bidragene i denne boken ser slik i særlig grad på konsekvensene av koronapandemien.

Pandemien skulle vise seg ikke bare å være et interessant materiale for forskningen. Som alt annet i samfunnet ble også forskningsarbeidet preget av hjemmekontortilværelsen, og ferdigstillingen av denne boken har derfor tatt noe lengre tid enn først planlagt. I et felt hvor fjorårets teknologinyvinger allerede er gammelt nytt, er kanskje dette synd. De senere årenes omveltninger har imidlertid vært av slik karakter at de tar tid å fordøye, og de har samtidig gitt oss nye innsikter. Fra et slikt perspektiv er det en styrke at forskningsprosjektene har hatt anledning til å modne gjennom denne perioden, og til å høste erfaringer som vi manglet før pandemien.

*Estetiske praksiser i den digitale produksjonens tidsalder* er inndelt i fire bolker som igjen fremhever fire ulike dimensjoner ved teknologiutviklingen og hvordan bruken av digitale teknologier og medier preger kunst- og kulturfeltet: infrastruktur, plattformestetikk, mediering og politikk. Denne inndelingen bidrar til å tydeliggjøre noen sentrale tema-tikker på tvers av bokens seksten artikkelbidrag. I den første delen rettes oppmerksomheten mot sammenhengen mellom teknologi, samfunn

og kunst. I den andre delen er fokuset på forholdet mellom produksjon av kunst og kultur og de plattformene som aktiveres i dette arbeidet. I den tredje delen står forholdet mellom teknologi, formidling og distribusjon sentralt. Mens den fjerde delen vektlegger ulike politiske implikasjoner av digitaliseringen. Det er viktig å huske at den inndelingen som skisseres her, samtidig som den bidrar til å løfte viktige tematikker i forskningen, også kan føre til en tildekking av perspektivrikdommen i de enkelte artiklene. Det må derfor bemerkes at alle artiklene i denne boken trolig kunne vært plassert under andre overskrifter. De bidrar alle til å utforske ulike problemstillinger, og de snakker med hverandre på tvers – også når dette ikke sies eksplisitt.

Artiklene i den første delen, som vi har kalt «Infrastruktur», belyser noen av de mer grunnleggende strukturelle endringene som har fulgt i kjølvannet av teknologiutviklingen de senere årene. Det handler på den ene siden om det som har blitt kalt «plattformiseringen» av kunsten og kulturen gjennom markedsledende aktører som Google, Facebook, Apple og Amazon, og hvordan denne plattformiseringen bidrar til å endre de sosiale, økonomiske og politiske vilkårene for samtidens estetiske praksiser. På den andre siden handler det om hvordan digitaliseringen endrer vår livsverden, hvordan vi forstår oss selv, hvordan vi kommuniserer og interagerer, og hvordan vi forholder oss til de digitale verktøyene vi tilbys. Teknologiutviklingen – og de tilhørende samfunnsmessige, sosiale, økonomiske og kulturelle endringene – er ikke en enhetlig prosess, det går i faser og sprang, og mye tyder på at vi de siste ti til femten årene har beveget oss inn i en ny fase. Den amerikanske sosialpsykologen Shoshana Zuboff snakker om «overvåkningskapitalismens» tidsalder, mens den nederlandske medieforskeren José van Dijck snakker om «plattformssamfunnet».

I den første artikkelen, «Estetiske praksiser i plattformøkonomien», sammenfatter Knut Ove Eliassen, litteraturforsker og medredaktør av denne boken, noen av de prinsipielle innsiktene fra arbeidet og beskriver noen overordnede tendenser på premissnivå. Med grunnlag i kritisk hverdagslivsteori og tre aktuelle begreper – nettverk, infrastruktur og

plattform – anlegger Eliassen et historisk perspektiv på digitaliserings følger for dagens estetiske praksiser, knyttet både til produsentene og til brukerne. Artikkelen tar utgangspunkt i at kulturvarer i dag fortrinnsvis konsumeres på digitale plattformer. Om det er konserter, film, bøker, museer og teatre, så er de tilgjengelige uavhengig av tid og rom. Det samme gjelder det som gjerne regnes som populærkultur, så som musikksnutter på YouTube, dansesutns på TikTok, instagram-poesi, for ikke å snakke om alle slags spill. Om disse kan være av blandet kvalitet og sjelden har ambisjoner om varighet eller originalitet, konsumeres de av mange og med glede, skjønt også med distraksjon. Med støtte i kritisk medieteorier redegjør artikkelen for overordnede tendenser i kunst- og kulturfeltet og de digitaliseringsprosessene som forandrer sektoren. Den ser på hvordan endringene har vært ledsaget av en teoriutvikling som har bidratt til forståelsen av feltet og satt sitt preg på samtidige estetiske praksiser. Artikkelens premisser er at fremveksten av internett på 1990-tallet, sosiale medier på 2000-tallet og plattformøkonomiene på 2010-tallet, gradvis har oppløst distinksjoner som lenge har gitt kunsten en egen sosial realitet og substans. Om skillene mellom verk og vare, privat og offentlig, kunstner og publikum, fritid og arbeid, kunst og underholdning, høy og lav, ikke lenger kan tas for gitt, må man også spørre hvorvidt det fortsatt gir god mening å snakke om et eget kunst- og kulturfelt.

I «Analogiseringen av det digitale. Dramaturgi i unntakstilstand» tar Tore Vagn Lid utgangspunkt i sitt eget kunstneriske virke som regissør og dramatiker for å utforske rommene og rammene for scenekunsten etter digitaliseringen. Samtidig stiller han skarpt på den situasjonen – den *unntakstilstanden* – som oppsto da koronapandemien «tvang» scenekunsten over på digitale plattformer. I forestillingen *03:08.38 Tilstander av unntak*, som hadde premiere noen uker før pandemien grep taket, forsøkte Vagn Lid å likestille fysisk og digital tilstedeværelse. Stykket tok form av et direktestrømmet samspill mellom aktører som befant seg i ulike byer. Publikum på sin side kunne forholde seg til arbeidet gjennom ulike former for fysisk og digitalt «nærvær».



Eksperimentet forsøkte – altså allerede før det i mars 2020 ble tvingende nødvendig – å utforske de kunstneriske implikasjonene av det Vagn Lid kaller en pågående «analogisering av det digitale», det vil si en bevisst bruk i «analoge» kontekster av de digitale formene for kommunikasjon og dialog som over tid, og i stadig større grad, har blitt del av vår livsverden. Artikkelen utdyper denne tematikken og er samtidig en studie av hvordan unntakstilstanden med sine stadige kast og overrumplende vendinger slår inn i og endrer de dramaturgiske premissene for det refleksjonsarbeidet som foregår i og utenfor scenerommet.

I artikkelen «Narves1biblioteket, deltagarestetik och den tecknade seriens ekologisering» undersøker den svenske litteraturforskeren Per Israelson noen av de samme temaene som Tore Vagn Lid, men med en litt annen teoretisk og begrepsmessig inngang. Israelson anvender begreper som «postdigital kultur», «posthumanistisk deltagarestetikk» og «medieøkologi» som analytiske kategorier i en studie av de estetiske praksisene til det norske, nå avsluttede, kunst- og tegneseriekollektivet Narves1biblioteket, med særlig vekt på utgivelsen *Mennesker med håp for fremtiden 3* fra 2016. I sine utgivelser tok Narves1biblioteket blant annet i bruk analoge teknikker som appropriasjon, collage og montasje, men ulike digitale produksjonsteknikker var samtidig en forutsetning for prosjektene deres. Den estetiske praksisen var preget av en mediebevissthet som kan sies å være karakteristisk for den post-digitale estetikken. For Narves1biblioteket, hevder Israelson, er ikke det kunstneriske objektet noe statisk og avsluttet, det fungerer ikke som et lukket system, men snarere som en materiell relasjon og prosess. Tegneseriene er slik bare en del av en større medieøkologi av objekter som står i sammenheng med hverandre, digitale så vel som analoge, og det er denne medieøkologien som utgjør Narves1bibliotekets sentrale kunstverk. Israelson viser hvordan *Mennesker med håp for fremtiden 3* preges av en form for relasjonell estetikk som tematiserer det man kan kalle en digital infrastruktur og et teknisk miljø, men som først og fremst knytter an til de prosesser som alle digitale objekter inngår i. I Narves1bibliotekets kunstprosjekter og tegneserieutgivelser

behandles dermed ikke digitale medier og teknologier kun tematisk. De digitale mediernes logikker blir hos Narveslbiblioteket tvert imot en del av den estetiske virksomheten, hevder Israelson.

Det er nettopp de digitale mediernes logikker som den amerikanske, Stavanger-bosatte mediekunstneren Cory Arcangel kan sies å utforske i sine arbeider. I artikkelen «Hack. Cory Arcangels medieintervensjoner» går kunst- og medieforsker Eivind Røssaak dypere inn i denne tematikken og retter blikket mot digitale medier og plattformer som infrastruktur for kommunikasjon. I sin analyse viser Røssaak hvordan kunsten, gjennom å gå tett på teknologiene, kan bidra til å styrke forståelsen av og samtidig kritisere teknologiutviklingen. Mer konkret drøfter artikkelen et knippe sentrale arbeider av Arcangel, sett i lys av ulike etapper i den innflytelsesrike kunstnerens karriere. Arcangel lager kunst av blant annet dataspill og sosiale medier, og Røssaak argumenterer for hvordan de kunstneriske medieappropriasjonene belyser utviklingen av de teknologiene og teknikkene som ligger til grunn for vår tids digitale medieinfrastrukturer. I Røssaaks lesning makter Arcangels mediekunst ikke bare å ta inn over seg nye folkelige uttrykkspraksiser, den viser også hvordan dagens mediebrukere fanges i formater tilpasset det som har blitt kalt overvåkningskapitalismen. Samtidig viser Røssaak til McKenzie Warks *A Hacker Manifesto* som hevder at hacking er et frigjøringsarbeid. Tilsvarende viser han hvordan Arcangels arbeider, gjennom intervensjoner i og omprogrammering av velkjente digitale medier, kan sies å tegne opp visjoner for en alternativ mediefremtid.

Artiklene i bokens første del kan sies å rette oppmerksomheten mot et kritisk potensial i ulike estetiske praksiser og uttrykk. Her blir det tydelig hvordan kunst kan fungere som inngang til å forstå ulike dimensjoner ved dagens digitalteknologiske paradigme. I den andre delen av boken, som vi har valgt å kalle «Plattformestetikk», vender artiklene om på perspektivet og ser på hvordan utviklingen av digitale medier, verktøy og plattformer også legger til rette for nye uttrykks- og formidlingsmuligheter, det vil si for nye estetiske praksiser. Bidragene

er tydelige på at teknologiene ikke bare gir muligheter, men også setter noen bestemte rammer og vilkår for de estetiske praksisene. Plattformene har noen tekniske og avtalemessige begrensninger for hva som er mulig å skape og formidle. Like viktig er riktignok den «logikken» som styrer deres funksjonsmåter, og som setter spor etter seg i de kunstneriske og kulturelle uttrykkene, og i hvordan de formidles, brukes og forstås.

Litteraturforsker Hans Kristian Rustad formulerer dette siste poenget eksplisitt i sin artikkel «Instagramdikt og plattformlogikk». Dikt skrevet for å bli publisert og lest på Instagram har etter hvert utviklet seg til en egen litterær sjanger, ofte preget av sentimentalitet og hverdagslighet. I sitt bidrag forstår Rustad de såkalte instagramdiktene som en type markedsorientert, mediespesifikk brukslyrikk. Ved hjelp av begrepet «sosiale mediers logikk», utviklet av José van Dijck og Thomas Poell, argumenterer Rustad for at Instagram ikke er en nøytral medieplattform, ei heller for poesi. Artikkelen retter oppmerksomheten mot instagramdikt i Norge og diskuterer på hvilke måter Instagram som plattform setter betingelser for diktenes form, motiv og tematikk, det vil si for hvordan poetene skriver, men også for hvordan diktene blir mottatt og brukt av leserne. Blant annet argumenterer Rustad for at den hurtige lese måten som Instagram inviterer til, krever dikt som man ikke trenger å dvele ved, og som man ikke må lese flere ganger for å forstå. Artikkelen presenterer og diskuterer aktuell forskningslitteratur, den utforsker sentrale aspekter ved logikken til Instagram som sosialt medium, og den viser – gjennom nærlesninger av et utvalg tekster – hvordan denne logikken preger instagramdiktene.

I neste artikkel, «Interactivity and togetherness in digital theatre», utforsker teaterforskerne Elena Pérez og Ellen Foyn Bruun noen av de samme problemstillingene som også Tore Vagn Lid er inne på i sin artikkel, men med en annen orientering og fra en annen innfallsvinkel. Artikkelen redegjør for hvordan norsk teater responderte på smitteverntiltakene i mars 2020, gjennom å analysere *Culpal i unn-takstilstand*, en heldigital forestilling skrevet av Taro Vestøl Cooper

og regissert av Mine Nilay Yalcin. Tradisjonelt har det vært et grunnpremiss for scenekunsten at den er en kunstform som utspiller seg her og nå – med skuespillere på scenen og publikum i salen, samtidig og på samme tid. Pérez og Bruun argumenterer for at dagens digitale og sosiale medier innbyr til nye måter å forstå dette premisset på. Forskerne undersøker særlig hvordan *Culpa!* brukte og kombinerte ulike interaktive strategier, noe som ble mulig blant annet ved å bruke YouTube som formidlingsplattform. De argumenterer for at forestillingen eksemplifiserer bruk av såkalt mediaturgi som kunstnerisk iscenesettelsesstrategi: Den gjør bruk av de samme de digitale mediene som den også kritiserer. Ved å analysere de interaktive mekanismene som tilskueren ble en del av, konkluderer Pérez og Bruun med at *Culpa!* tilrettela for en aktiv tilskuerposisjon som skapte en følelse hos publikum av å være en del av et teaterfelleskap – selv om skuespillere og publikum altså ikke befant seg i samme rom.

Scenekunsten er et av de områdene hvor analoge formater fremdeles står sterkt, og hvor digital formidling i mindre grad gjør seg gjeldende, kanskje av nødvendighet – selv om det altså finnes unntak, noe Pérez og Foy Bruun viser i sin artikkel. Omvendt er dataspill et av de aller mest betydningsfulle heldigitale kulturuttrykkene, og en av de mest utbredte estetiske praksisene i samtiden, ikke minst blant barn og unge. I artikkelen «Spilleestetikk. Om lyd og musikk i dataspill» retter litteratur- og dataspillforskeren Lykke Guanio-Uluru blikket mot nettopp dette uttrykket og denne målgruppen. Basert på data fra en egen spørreundersøkelse analyserer Guanio-Uluru ungdommers egne forståelser og beskrivelser av hvordan de opplever lyden og musikken i sine favorittspill, og hun drøfter funnene på bakgrunn av teoretiske perspektiver på spilleestetikk generelt og lydens og musikkens rolle i dataspill spesielt. Funnene viser at norske ungdommer spiller et vidt spekter av dataspill fra ulike sjangre, og at de fleste av dem opplever lyd og musikk som sentrale elementer i spillopplevelsen, delvis fordi lyd og musikk understøtter navigasjon i spillet, men delvis også fordi lydbildet har en estetisk egenverdi. Estetiske perspektiver kommer ofte i bakgrunnene

når barn og unges bruk av dataspill diskuteres. Vekten legges gjerne på de negative konsekvensene, eller omvendt på det pedagogiske potensialet ved dataspill. I motsetning til dette viser Guanio-Ulurus artikkel verdien av å utvikle et vokabular som gjør det mulig, også for ungdommene selv, å artikulere den estetiske verdien av dataspill.

Den neste artikkelen, «Det medierte minnestedet. En studie av *Falstad digital rekonstruksjon*», er skrevet av fire forskere tilknyttet Falstadsenteret: Ingvild Hagen Kjørholt, Ingeborg Hjort, Insa Müller og Anette Homlong Storeide. Den viser tydelig hvordan dataspill og bruken av formelementer fra dataspill har påvirkning også på andre estetiske praksiser i samtiden. Såkalte stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy er en trend i museums- og kulturarvsfeltet både i Norge og internasjonalt. «Det medierte minnestedet. En studie av *Falstad digital rekonstruksjon*» presenterer en studie av nettbrettapplikasjonen *Falstad digital rekonstruksjon* (2018) og av hvordan en gruppe besøkende til minnestedet Falstad reflekterer over bruken av dette formidlingsverktøyet. Studien tar utgangspunktet i tre spørsmål: Hva karakteriserer *Falstad digital rekonstruksjon* som medium? Hvordan forholder applikasjonen seg til etablerte formidlingsformer og -konvensjoner ved minnesteder fra andre verdenskrig? Og på hvilke måter opplever og forstår besøkende stedet og historien gjennom det digitale verktøyet? Artikkelen viser hvordan *Falstad digital rekonstruksjon* gjentar og remedierer etablerte kulturelle former, men også hvordan samtidens mediekultur og brukernes egne medieerfaringer påvirker menings-skapingen. Et sentralt funn er at stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy kan fremme historiebevissthet og samtidig kritisk refleksjon over hvordan historieformidling er formgitt og mediert. Også i denne konteksten kan man altså se hvordan medieplattformene og plattformestetikken påvirker formidlingsarbeidet og dermed forståelsen av det som formidles.

*Falstad digital rekonstruksjon* viser hvordan nye digitale formidlings- og distribusjonsformer er i ferd med å vokse frem, enten til erstatning for eller som supplement til tradisjonelle former og

formater, og samtidig viser den hvordan nye digitale verktøy og medier bidrar til å endre selve de estetiske praksisene. Denne typen endringer er et sentralt tema for artiklene i den tredje delen av boken, hvor «mediering» er stikkordet. Sosiale medier og andre digitale delingsplattformer, samt ulike typer lett tilgjengelig forbrukerteknologi, blant annet smarttelefoner med innebygde kamera, har muliggjort andre formidlingsformer, åpnet nye formidlingskanaler og gjort det mulig for andre aktører å ta del i kunst- og kulturformidlingen. Det hevdes gjerne at den teknologiske utviklingen har bidratt til å demokratisere formidlingen av og tilgangen på kunst og kultur. Samtidig viser de fire artiklene i denne delen av boken hvordan selve formidlingsaktiviteten har fått en annen betydning og kanskje en viktigere rolle enn tidligere. Formidlingen fremstår i dag ofte som et mål i seg selv – i den grad at selve objektet for formidlingen noen ganger skyves i bakgrunnen. Et begrep om mediering brukes gjerne i en slik kontekst for å rette oppmerksomheten mot hvordan mediene som brukes i formidlingen – særlig mediernes logikker, sosiale og estetiske virkemåter, og tekniske muligheter og begrensninger – preger formidlingsprosessen og dermed fremstillingen av det som formidles.

Medieringens rolle i estetiske praksiser blir særlig tydelig i Synne Skjulstads og Ida Eritslands «Instagram og uavhengige klesdesigneres medieringspraksiser». Artikkelen belyser hvordan uavhengige, norske klesdesignere som praktiserer sitt fag i skjæringspunktet mellom moteindustrien og kunstfeltet, arbeider med å formidle sitt virke gjennom digitale medieringer. Skjulstad og Eritsland ser særlig på hvilken rolle Instagram spiller i dette arbeidet. En grunntanke knyttet til medieringsbegrepet er at de medieteknologiene som brukes i formidlingen – strukturene, logikkene og de mulighetene som ligger i de aktuelle mediene – påvirker det som formidles. Skjulstad og Eritsland viser hvordan den digitale medieringen av designarbeidet påvirkes av både temporaliteten og den publiseringskulturen som karakteriserer motefeltet på den ene siden og Instagram på den andre. Artikkelen baserer seg på intervjuer med et utvalg sentrale designere, og den kartlegger

så vel mulighetene som utfordringene som knytter seg til designernes medieringsarbeid på Instagram. Artikkelen konkluderer med at Instagram er viktig for designernes posisjonering i en kritisk motekultur. Den sosiale medieplattformen gir designerne muligheter til å uttrykke tilhørighet til egne relevante nettverk, men også til å bygge nye nettverk av aktører som opererer på tvers av geografiske og institusjonelle grenser. Den muliggjør både en internasjonal tilstedeværelse og en lokal forankring og er viktig for å synliggjøre motepraksiser som foregår på kunstneriske – og ikke kun kommersielle – premisser.

De to neste artiklene er tett knyttet til hverandre og handler om formidling og distribusjon av visuell kunst. Begge tar utgangspunkt i koronasituasjonen. Da kunst- og kulturinstitusjoner verden over stengte dørene våren 2020, og utstillinger og formidlingsaktiviteter ble satt på vent eller skrinlagt, vendte flere institusjoner og kunstnere seg mot ulike digitale plattformer for å holde kontakten med publikum. En konsekvens av de strenge smitteverntiltakene ble at deler av produksjonen og formidlingen av kunst ble flyttet ut av sine tradisjonelle rom, slik som museer og gallerier, og inn i den enkeltes hverdagslige omgivelser – inn i den enkeltes hjem. I artikkelen «Hjemmefra. Kunstformidling under koronapandemien» undersøker kunsthistoriker og kurator Caroline Ugelstad denne situasjonen og hva den førte til i det visuelle kunstfeltet. Artikkelen baserer seg på analyser av tre konkrete formidlings- og kunstprosjekter: *Samlingsstund*, en serie med korte videoer fra Nasjonalmuseet for kunst, design og arkitektur, hvor museets egne ansatte fortalte om sine favorittverk i samlingen; *Drop In with Artists*, en serie kunstnerintervjuer produsert ved Museum of Modern Art i New York; og *Homecooking*, som var en kollektiv publiseringsplattform for kunstnere etablert i den første tiden etter nedstengningen, nettopp som et alternativ til hvordan de store kunstinstitusjonene valgte å formidle kunst digitalt i denne perioden. Med utgangspunkt i blant annet hverdagslivsteori og medieteorier retter Ugelstad blikket mot hvordan formidling og kunstproduksjon ble preget av hverdagsliv, forbrukerteknologi og digitale plattformer. Mens store museer utnyttet situasjonen

strategisk og hverdagsliggjorde kommunikasjonen i en tid da mange av museenes publikummere selv befant seg hjemme, brukte kunstnere hverdagslivet – og digitale plattformer – til å skape fellesskap og til å produsere ny kunst på nettet.

De medieteoretiske perspektivene er sentrale også i medievitner og kurator Susanne Østby Sæthers artikkel «Kamerabasert kunst på digitale plattformer». I likhet med Ugelstad undersøker Sæther hvordan det visuelle kunstfeltet reagerte på smitteverntiltakene våren 2020. Hennes inngang til tematikken er likevel en litt annen. Sæther undersøker hvordan kunstnere og kunstinstitusjoner under pandemien tok i bruk sosiale medieplattformer for deling og distribusjon av foto- og videokunst. Artikkelen hennes viser hvordan pandemien ble en katalysator for økt digital deling av og tilgang til kunst, men at den samtidig førte til en økt plattformisering av kunstfeltet. I dette ligger det en spenning, hevder Sæther, og på bakgrunn av denne spenningen analyserer hun hvordan kamerabaserte kunstneriske praksiser og verk utfoldet seg og ble utfordret i møte med ulike plattformers tekniske begrensninger og muligheter under pandemien. Artikkelen bygger på tre eksempler: kunstneren Penelope Umbricos sesjon i *Screen Walks*, en serie digitale kunstnerpresentasjoner organisert i samarbeid mellom Fotomuseum Wintertur i Sveits og The Photographers' Gallery i London; Anders Eiebakkes bestillingsverk til Fotogalleriets digitale, kunstneriske program *Let's Talk about Images 2.1.0*; og animasjonsserien *2 Lizards* som ble laget av kunstneren Meriem Bennani i samarbeid med filmskaperen Orian Barki. Gjennom disse casene viser Sæther at konkrete aspekter ved formidlingsplattformene – som Zooms skjermdelingsfunksjon og rutedelte grensesnitt, og Instagrams prioritering av vertikalt videofor- mat – ble utgangspunkt for komplekse kunstneriske forhandlinger, og for utvikling av nye strategier for distribusjon i kunstfeltet. På ulike vis utfordrer disse strategiene aspekter ved etablerte institusjoner – enten «institusjoner» her forstås som plattformer eller som kunstinstitusjoner.

Nye formidlings- og distribusjonsformer knyttet til koronasituasjonen er tema også i den neste artikkelen, «Strømmekonsserter – mer enn



nødløsninger?» av sosiologen Hendrik Storstein Spilker og musikk- og medieforskerne Yngvar Kjus og Håvard Kiberg. Her handler det riktignok om musikkfeltet og det akutte behovet for alternativer til livekonserter som oppsto da koronapandemien satte en stopper for konsertlivet våren 2020. Strømmekonserter ble løsningen for mange, og artikkelen til Spilker, Kjus og Kiberg er en kvalitativ studie av femten artisters og arrangørers erfaringer med denne formen for formidling og kontakt med publikum. Artikkelen undersøker både estetiske, sosiale, industrielle og økonomiske motiver og strategier ved strømmekonserterne. Artister og arrangører måtte i løpet av kort tid finne ut hvordan levende musikk skulle kunne formidles digitalt. Gjennom arbeidet med strømmekonserterne dannet de seg en rekke erfaringer som har betydning for hvorvidt og hvordan internett kan tenkes å fungere som formidlingsarena også på lengre sikt. Et sentralt funn i studien er at artister og arrangører raskt utviklet estetiske og kommunikasjonsmessige strategier for strømmekonserter som sjangermessig bidro til å etablere dem som noe annet enn tradisjonelle fysiske konserter. Stikkord i analysen er intimisering, intensivering eller ekspansjon. Selv om strømmekonserterne fikk en viktig funksjon under nedstengningen, påpekte informantene allikevel at de på lengre sikt så for seg at strømmekonserterne i første rekke ville bli et format for spesielle anledninger, og ikke en fullverdig konkurrent til livekonserter. Slik konkluderer Spilker, Kjus og Kiberg med at strømmekonserter neppe blir en omvelter i musikkindustrien. Til det er det heftet for mye økonomisk usikkerhet ved slike arrangementer.

I bokens siste del dreies perspektivet over mot de i bred forstand politiske implikasjonene av digitaliseringen. Her undersøkes problemstillinger knyttet til styring, interesser og verdier, men også mer konkrete kulturpolitiske problemstillinger. Mange av artiklene i denne boken understreker hvordan plattformer og digitale medieteknologier påvirker eller former de estetiske praksisene, enten det er skapernes eller brukernes praksiser, eller det gjelder kunst- og kulturfeltet som helhet. Samtidig viser de hvordan bruken og utviklingen av bestemte

teknologier er resultater av valg og interesser, og hvordan ulike estetiske strategier kan aktiveres for å kritisere eller håndtere utviklingen. All bruk av digitale medier og teknologier innebærer slik sett en type politiske valg – enten man aksepterer betingelsene for bruk eller man bruker teknologiene for å kunne kritisere dem. De fire artiklene i den siste delen av denne boken viser på ulike måter hvordan bruken av digitale teknologier og medieplattformer i estetiske praksiser er knyttet til det man kan kalle politiske valg.

I «Pandemi som mulighetsrom for digital transformasjon» går sosialantropologene Aina Landsverk Hagen, Ingrid M. Tolstad og Sara Berge Lorenzen så å si inn bak kulissene til de estetiske praksisene som beskrives av både Vagn Lid, Pérez og Bruun, Ugelstad og Sæther. Artikkelen diskuterer digitalisering av scenekunst og visuell kunst fra et organisatorisk perspektiv og ser konkret på hvordan Det Norske Teatret og Henie Onstad Kunstsenter som organisasjoner responderte på og utforsket de mulighetene for nye digitale praksiser som oppsto da covid-19-pandemien rammet kunst- og kulturfeltet. Den undersøker hvordan arbeidet med å digitalisere kunstnerisk produksjons- og formidlingsarbeid henger tett sammen med intern krisehåndtering og påfølgende omorganisering av arbeidshverdag, og dessuten med samarbeids- og kommunikasjonsformer. Behovet for bred digital kompetanse, hevder Hagen, Tolstad og Berge, ble under pandemien stående i motsats til organisasjonenes forståelse av at det som er selve kjernen i virksomhetene deres, henholdsvis teaterforestillinger og kunstutstillinger, grunnleggende sett ikke kan digitaliseres. Dette paradokset åpnet for at ansatte og ledelse internt kunne utfordre, utforske og diskutere grensene og mulighetene for det de driver med, samtidig som det foregikk en maktforskyvning og et skifte internt i organisasjonene rundt hvilke kompetanser, funksjoner og ansattgrupper som hadde innflytelse, ressurstilgang og status.

Også den danske medieforskeren Nanna Bonde Thylstrup retter oppmerksomheten mot digitaliseringspraksiser i institusjonsfeltet, nærmere bestemt det norske Nasjonalbiblioteket, i artikkelen

«Massedigitaliseringens politikk». Massedigitalisering av kulturarv er en av nåtidens viktigste kulturpolitiske anliggender, hevder Thylstrup. Biblioteker og kulturarvsinstitusjoner verden rundt arbeider i dag på høytrykk for å få samlingene sine digitalisert. Disse digitaliseringsprosjektene har skapt et kunnskapsfelt som var utenkelig for bare tjue år siden, men som de fleste i dag beveger seg rundt i uten problemer: Europeana, Digital Public Library of America, Google Books og en underskog av såkalte skyggebiblioteker, slik som Monoskop og SciHub, som gir gratis adgang til deling og nedlastning av bøker og andre trykksaker i digital form. Nasjonalbiblioteket i Norge er internasjonalt ledende arbeidet med den digitale transformasjonen av samlingen. Dets massedigitaliseringsprogram vitner om en kulturpolitisk beslutning som ser nødvendigheten av å la den offentlige sektor sikre Norges kulturelle erindring også i digitalt format, hevder Thylstrup, og i artikkelen bestreber hun seg på å tegne opp de parameterne som gjør det mulig å forstå de kulturpolitiske implikasjonene av den typen massedigitaliseringsprosjekter som Nasjonalbiblioteket gjennomfører og har gjennomført.

Artikkelen «Mulighet og risiko. Digital kulturpolitikk for barn og unge» av kulturpolitikkforskerne Ole Marius Hylland og Bård Kleppe beskriver utviklingen av en digital kulturpolitikk for barn og unge og stiller to overordnede spørsmål: Hvilken utvikling kan man se i de holdningene til barn og unges digitale kulturbruk som kommer til uttrykk i kulturpolitikken generelt og dataspillpolitikken spesielt? Og hvordan kan den digitale kulturpolitikken utvikles fremover for å nå de overordnede kulturpolitiske målene på dette området? Hylland og Kleppe konkluderer med at den digitale kulturpolitikken for barn har utviklet seg i en balansegang mellom på den ene siden å skulle håndtere risikoer og på den andre siden å ville benytte mulighetene, der mulighetene med årene har fått mer kulturpolitisk oppmerksomhet. De argumenterer for at den kulturpolitiske forståelsen av digitale kulturuttrykk og digitale plattformer med tiden har blitt mer nyansert. Generelt finner forfatterne tendenser til det de kaller en *resignert* anerkjennelse av det digitale i

dagens kulturpolitikk. De viser for eksempel til at den siste stortingsmeldingen om kultur for barn og unge rommer det som kan fremstå som en nokså passiv aksept og kortfattet konstatering av digital kultur og digitale plattformers betydning, uten at den presenterer forslag til hvordan kulturpolitikken skal forholde seg til den situasjonen som teknologiutviklingen har bidratt til å skape.

En form for resignasjon preger også det siste bidraget i denne boken, «Withdrawal and disconnection in times of quarantine». Her reflekterer den nederlandske medieforskeren Pepita Hesselberth over paradokset som ligger i spenningen mellom å koble seg av og å koble seg på nett i pandemitiden. Hun gjør dette ved å se nærmere på et utvalg nye digitale plattformer og et knippe handlinger som har tatt form i den aktuelle situasjonen, og som knytter seg til sosial, politisk og kulturell tilbaketrekning og «avkobling» eller såkalt *disconnection*. Hesselberth ser blant annet på fremveksten av karantene-memer, på den virale emneknaggkampanjen *#I-no-longer-participate* og på Zoom-estetikk versus fremveksten av online meditasjon-retreats. Med utgangspunkt i disse eksemplene diskuterer hun av- og påkoblingsparadokset i koronaens tidsalder – en tid der mennesker i økende grad ble avkoblet hverdagslivets flyt, og samtidig ble tvunget til å koble seg på digitale medier på en helt annen måte enn tidligere.

I kunsten og kulturen kan det synes vanskelig å koble seg av det digitale. Digitale teknologier og medieplattformer er uunngåelig del av den virkeligheten alle estetiske praksiser på en eller annen måte forholder seg til. Også avkobling foregår i en kontekst som er digital. Artiklene i denne boken viser at mangfoldet av digitale, estetiske medieobjekter er stort. Det samme er omfanget av estetiske praksiser i kunst- og kulturfeltet som på et eller annet vis er farget og formet av digitaliseringen. Artiklene viser hvordan strukturene i kunst- og kulturfeltet, eller de rammene og rommene som kunsten og kulturen utfolder seg innenfor, endres som en følge av den økte makten og innflytelsen til digitale medier og plattformer. Denne boken er et bidrag til å forstå konsekvensene av digitaliseringen av og i kunsten og kulturen, og et

bidrag til å begrepsfeste og til å reflektere over hvordan kunsten og kulturens roller, virkemåter og betydninger stadig endres. Den er et bidrag til å forstå de estetiske praksisene i den digitale produksjonens tidsalder.

Redaktørene ønsker å takke Norsk kulturråd og Kultur- og likestillingsdepartementet som i sin tid så nødvendigheten av å styrke kunnskapsgrunnlaget på dette feltet, og som valgte å finansiere den forskningssatsingen som boken springer ut av. Redaktørene vil også takke Kulturrådets FoU-utvalg for gode faglige innspill gjennom hele prosessen, en rekke fagfeller som har bidratt med kritiske og konstruktive blikk på bokens artikler, og ikke minst alle forfatterne som har lagt ned en stor innsats for å frembringe og formidle ny innsikt om kunsten, kulturen og det digitale.

Knut Ove Eliassen, Anne Ogundipe og Øyvind Prytz  
Trondheim og Oslo, 18. august 2022



# Infrastruktur





# Estetiske praksiser i plattformøkonomien

Knut Ove Eliassen

Følgene fotografiets utbredelse fikk for malerkunsten, står sentralt i Walter Benjamins berømte essay «Kunstverket i tidsalderen for dets tekniske reproduserbarhet» fra 1936.<sup>1</sup> Publikums opplevelse av maleriet hadde endret karakter, konstaterte Benjamin. De hurtige fremskrittene i fotoets teknologier – hva angikk billedkvalitet, reproduksjon, distribusjon og ikke minst pris – gjorde etablerte former for estetisk oppmerksomhet avleggs og beredte grunnen for nye. I en gjennomgripende transformert kunstverden fremstod det i tiltagende grad som latterlig å lovprise «en godt malt hummer», som det heter i et tilbakeblikk hos Robert Musil.<sup>2</sup>

Fotografiet hadde vist seg maleriet overlegent som representasjonsteknologi. Ikke bare hadde det gjort portretter og landskapsbilder allment tilgjengelige, berømte malerier kunne nå fotograferes, og kopier distribueres bredt og billig. Kopiering, som før hadde vært et håndverk, ble industrialisert. Det fotografiske mediet gav maleriets materielle og

---

1 Benjamin 2014 [1936].

2 Musil 1978: 1229.

tekniske beskaffenhet en annen betydning; henvist til klassen «eldre kunstarter» representerte det gårsdagens medierealitet, et minne fra tiden før industriell reproduksjon. Kopienes kvalitet og lave produksjonskostnader kommersialiserte originalene og svekket det Benjamin omtalte som deres *aura*, deres enestående karakter, deres unike bånd til en tid, et rom og en historie. De ble varer på linje med andre varer.

Masseproduserte kopier lot seg dårlig forene med estetiske unika-ter, til gjengjeld var de demokratiserende. Med tidens nye medieteknikker kunne de forskjellige kunstformene migreres fra institusjonene som forvaltet dem, som museer, teatre og konsertsaler, og over i en hverdagslivssfære som frem til da hadde vært dem fremmed, til tider sågar kontrær. Prisen på adgangsbilletten ble senket; alle kunne ha en Tiedemand og Gude på veggen hjemme. Konsertbesøket kunne erstattes med en radiooverføring eller en grammofonplate. Kunstens offentlige rom endret dermed karakter, og kulturens nye tekniske realiteter la til rette for andre og annerledes former for publikum.

Fremveksten av digitale produksjonsteknikker og formidlingsteknologier, av nettverk og plattformer, har i dag ført til transformasjoner av vel så omveltende karakter som dem Benjamin i sin tid identifiserte. Etter covid-19 fremstår disse endringene enda klarere. Nedstengning og andre smitteverntiltak våren 2020 tvang store deler av kunst- og kulturlivet, ikke minst de delene av det som var basert på fysiske møter med publikum, til først å suspendere og så etter hvert endre og tilpasse sine aktiviteter. Enkelt sagt, utøvere og publikum forflyttet seg fra scene og sal til skjerm og sofa, og en utvikling som hadde pågått i flere tiår, ble forsterket og synliggjort.

Kulturvarer konsumeres i dag via allehånde tekniske plattformer. Musikk, film, bøker, museumssamlinger og teateroppsetninger er tilgjengelige uavhengig av tid og rom. Estetiske praksiser basert på ymse tekniske medier utfoldes i endeløse strømmer i form av musikksnutter på YouTube, dansestunts på TikTok, interaktiv elektronisk lyrikk eller bloggbasert *creative writing*, for å nevne noen. Av blandet kvalitet, stort sett blottet for originalitet og uten en ledsagende kritisk offentlighet,

savner disse arbeidene ambisjoner om å være enestående eller ha «aura». Like fullt kan de ha stor affektiv verdi, de engasjerer. Ifølge rapporter fra nyere forskningsfelt om kunst og helse, så som *Wellness Studies* og *Aesthetic Health*, kan de til og med ha terapeutiske kvaliteter.<sup>3</sup>

Denne artikkelens poenger er av prinsipiell art. Ambisjonen er å drøfte tendenser på premissnivå snarere enn å redegjøre i detalj for kompleksiteten i kunst- og kulturfeltet og de digitaliseringsprosessene som har bidratt til å forandre sektoren. Endringene har vært ledsaget av en omfattende teori- og begrepsutvikling som ikke kun har bidratt til refleksjon over feltet fra utsiden av, men som også har satt sitt preg på og inspirert kunstpraksisene. Med støtte i kritisk medieteorier og tre av dens begreper – nettverk, infrastruktur og plattform – anlegger teksten et historisk perspektiv på digitaliseringens følger for kulturoffentlighetene, så vel som på produsentenes og konsumentenes estetiske praksiser. Artikkelens sentrale idé er at fremveksten av internett på 1990-tallet, sosiale medier på 2000-tallet og plattformøkonomiene på 2010-tallet har ført til at en rekke av de distinksjonene som lenge har vært med på å gi kunsten egen sosial realitet og substans – herunder skillene mellom verk og vare, privat og offentlig, kunstner og publikum, fritid og arbeid, kunst og underholdning, høy og lav – ikke lenger kan tas for gitt.

Om distinksjonene som i sin tid konstituerte institusjonene, ikke lenger gjelder, hva slags følger har det for kritikken av feltet, for avantgardekunsten som har livnært seg av denne, og for offentlighetene de utfolder seg i? Og hva utøvere og publikum angår, gir det fortsatt god mening å snakke om kunst- og kulturfeltet i entall? For om kunstfeltet ikke lenger kan opprettholdes som en egen avgrenset realitet, hva betyr det for kunstforståelsen, kultursektoren og kulturpolitikken?

---

3 Se f.eks. *Nordic Journal of Arts, Culture and Health* (fra 2019) eller *Arts and Health* (fra 2009).

## Medierte kulturelle fellesskap

Massemediene preget forskning og teoridannelse allerede på 1970- og 1980-tallet, og fra 1990-tallet ble internett og digitaliseringens realiteter uomgjengelige for estetisk teori. Digitale medier redefinerte så vel teorien som produsentenes og publikums estetiske konvensjoner. Tidligere var de ulike kunststartene knyttet til særskilte materialer og formregistre; ikke bare krevde de bestemte kompetanser, de kom også med sine egne former for oppmerksomhet og egne publikum. I dag har kunstnerne en nærmest endeløs rekke av formater til rådighet, og praktisk talt hvilket som helst materiale kan tjene som «medium». Dermed ikke sagt at digitale medier er det umiddelbare materielle utgangspunktet for all estetisk praksis. Fortsatt males det, danses det og synges det. Gamle kunstarter lever videre ved siden av de nye. Poengene er at estetisk arbeid i dag fortrinnsvis begripes gjennom kategorien «medium» snarere enn «kunststart», og at dette skiftet uttrykker omfattende endringer av medieøkologiene kunsten og kulturen finner sted i.

Termen «kunststart» tilhører en estetisk diskurs som markerer forskjellene mellom innhold og materialitet, uttrykk og inntrykk, skapelse og nytelse, mens mediebegrepet betoner hvordan estetiske praksiser betinges av en materialitet som på samme tid både skiller og samler dem. Clement Greenberg insisterte på 1960-tallet på at kunststartene fant sin oppgave i utforskningen av sitt spesifikke medium. Ambivalensen i det engelske ordet *medium*, som i dag på norsk betyr både kunststart og kommunikasjonskanal, har vist seg nyttig for å formulere kunstfeltets aktuelle transformasjoner.<sup>4</sup> Å tenke kunsten og kulturen mediebasert impliserer at det tas høyde for økonomiene mediene opererer innenfor, formatene til de publikummene de skaper, og de

---

4 Greenberg 1960. For mediebegrepets nyere norske historie, se Medium u.å.

nettverkene, infrastrukturene og plattformene hvor de estetiske praksisene finner sin plass og funksjon og blir meningsfulle.<sup>5</sup>

En av den tidlige mediesosiologiens innsikter var at de elektroniske mediene produserte nye former for publikum. Dette nye publikumet, konstaterte sosiologene, bestod ikke bare av mennesker med en annen bakgrunn enn den gamle diskuterende offentligheten, dets medlemmer oppførte seg også annerledes, og deres identitet og virkemåte som publikummere var en annen.<sup>6</sup> Kommunikasjonsteknologier som film, radio og TV – og de estetiske praksisene som ledsaget dem på produksjonssiden og konsumsiden – produserte nye nasjonale offentligheter. Fjernsynets direkteoverføringer skapte et *affektivt*, men konturløst publikum hvis emblematiske uttrykk var bokslatteren i amerikanske TV-show. Mentometerknapper og innringingsprogrammer til tross, kun meningsmålingsselskapenes markedsundersøkelser gav sosial realitet til det sosiologer som David Riesman og Jean Baudrillard dømte «ensomme masser» og «tause majoriteter».<sup>7</sup>

«Affekt» betegner prerefleksive, objektløse og kroppslige tilstander – entusiasme, stemning, angst er gode eksempler. Ubestemt og relasjonell er affekten vag, den har ingen umiddelbart identifiserbar kilde. Den skiller seg fra følelsen ved å være retningsløs, den er ikke knyttet til bestemte gjenstander. Følelser, derimot, er objektrelaterte tilstander som så som frykt, iver eller fascinasjon. Ettersom følelser retter seg mot bestemte objekter, vekker de også refleksjon – det er noe ved dem som skaper frykt eller glede. Disse to forskjellige tilstandene kommer også til uttrykk på overindividuelle nivå. Et eksempel på et affektivt fellesskap er «massen», som i et fotballpublikum eller et oppløp. Til forskjell fra «nasjonen» eller «klassen» – som skapes av nasjonalfølelse eller

---

5 Se Kittler 1986.

6 Jf. Habermas 1971 [1962]; Sennet 1977; Warner 2001 (for en mer oppdatert versjon av samme debatt).

7 Riesman 1950; Baudrillard 1991.

klassetilhørighet – er «massen» uten selvbevissthet og dermed også uten varighet.<sup>8</sup>

*The Global Village* – det umiddelbart kommuniserende fellesskapet Marshall McLuhans formel fra 1960-tallet hadde båret bud om – kunne først innfris med den allmenne utbredelse av internett utover 1990-tallet. Og ikke før på 2000-tallet, med den mulige «totale oppkoblingen» av hvem som helst, når som helst og hvor som helst, realiserte Web 2.0 en globaliseringens *sanntid*. «Bare et tastetrykk unna» er reklamens resymé av de siste tjue årenes utvikling og av den samtidighetsopplevelsen som real-timeteknologien tillater.<sup>9</sup> Det formuleringen underslår, er at initiativet ikke lenger er publikums privilegium. Med eller uten deres viten er det verdensveven som tar kontakt med dem og setter dem i innbyrdes forbindelse. I internettmedienes kultur legger applikasjonene premisene for hvordan publikum – brukerne – føler, handler, tenker og lever.

McLuhans ideer om massemedienes globalt fellesskapsbyggende effekter fremstod som visjonære etter globale mediebegivenheter som direktesendingene fra OL i 1968, månelandingen i 1969 og gisseldramaet i München i 1972. Filosofen Michel Serres viser i *Le parasite* fra 1980 hvordan medieteoriens forestilling om en umiddelbar, fullstendig kommunikasjon kan føres tilbake til pinseunderet, «den verdensvide kirkens fødselsdag», da alle kunne samtale uavhengig av morsmål, om de så bodde «i Mesopotamia, Judea og Kappadokia, i Pontos og Asia».<sup>10</sup> Det tros- og følelsesfellesskapet som ble stilt i utsikt med tanken om en verdenskirke mediert av den hellige ånd, har jevnlig blitt

---

8 Begrepet «affekt» (*affectus*) går tilbake til Baruch de Spinozas *Etikk*, del III. Det spiller en viktig rolle hos Gilles Deleuze hvor det betegner en prerefleksiv og preindividualisert intensitet. Det har åpenbart også en sentral plass i den Deleuze-inspirerte affekt-teorien (Brian Massumi, Lauren Berlant mfl.). Begrepet «masse» kan føres tilbake til den franske sosiologen Gustave Le Bon, og i forlengelse av ham, Sigmund Freud og Elias Canetti.

9 Sanntid (2020). Det er sanntidsteknologien som er det tekniske premisset for online-gaming.

10 Serres 1980; Apg. 2,9, Bibel 2011.

demonstrert av moderne media, men siden 2000 i langt andre medieformater enn hva Serres kunne forutse i 1980. Eksempler på medieuttrykk som de siste tiårene har generert nye typer affektive fellesskap, spenner fra den norske nettserien SKAM til globale fenomener som Gangnam Style, Kylie Jenner og Fortnite. Bare man trykker «on», tapper eller lar fingeren sveipe over skjermen, er adgangen total – så lenge strømmekapasiteten er tilstrekkelig, og nettet godt utbygd og oppdatert. Man fristes til å minne om LSD-guru Timothy Learys gamle slagord *turn on, tune in, selv om drop out* ikke lenger synes å være en opsjon. SKAM demonstrerte innholdsmessig og praktisk hvordan nettpåkopling har blitt en 24/7-realitet. Rollefigurene var til enhver tid mediebrukere, og serien ble oppdatert døgnet rundt på de plattformene de selv brukte innenfor seriens fiksjonsunivers. Spontane fellesskap av fans oppstod, hvis affektive prosesser, med Christian Russ' ord, ble «synkronisert» av de samme online-miljøene serien ble publisert i.<sup>11</sup>

Ideen om en fullt ut informatisert hverdag med smartbiler, smart-hjem og smartbyer ble lansert av Mark Weizer i essayet «The Computer for the 21<sup>st</sup> Century» i 1991.<sup>12</sup> Weizer innførte uttrykket «ubiquitous computing» eller allestedsnærværende databehandling. Året etter, i 1992 lanserte IBM «Self-Monitoring, Analysing and Reporting Technology», kort sagt, «SMART». SMART-teknologi betegner i prinsippet automatiserte objekter og hjelpemidler som lar seg programmere og utstyre med et intuitivt brukergrensesnitt. I dag er dette en realitet i arbeid og fritid. *Internet of Things*, eller IoT, er navnet på det systemet av fysiske enheter – ting – som kommuniserer med hverandre via internett eller andre elektroniske kommunikasjonssystemer. Betegnelsen retter samtidig oppmerksomheten mot det forhold at det i gjennominformatiserte samfunn ikke er kulturen – forstått som den felles bearbeidelsen av naturen, og de fellesskap og verdier dette arbeidet

---

11 Russ 2007: 65; Grütters og Eliassen 2017.

12 Weizer 1991.

skaper – som frembringer de miljøene menneskene utfolder seg i, men i økende grad databanker og selvlærende algoritmer. Vi samles *om* eller *av* informasjonsbærere som setter mulighetsbetingelsene for de uttrykk, utvekslinger og følelser – kognitivt, politisk og estetisk – som gjelder som sosialt gangbare. Vårt biologiske og sosiale liv utfolder seg i plattformøkologier opprettholdt av ikke-menneskelige aktører.

Urkirken oppstod da Den hellige ånd fylte alle tilstedeværende og fikk dem til entusiastisk å kommunisere med hverandre, men skismaene kom fort og splittet kirken i ulike trossamfunn. Også mediekulturens hverdag preges av at kommunikasjonen mellom plattformene verken er friksjonsfri eller økumenisk.<sup>13</sup> Dette er en følge av en kjent strategi fra det siste århundrets høyteknologiske kapitalisme: kampen om å oppnå monopol på markedsstandarden, om det nå er på laptopen, i spillmaskinen, på telefonen eller det gjelder innholdet i strømmetjenestene. Alltid og allerede er fellesskapene preget av programvarenes tekniske vilkår, til tross for at enhver plattform kun eksisterer i kraft av brukernes velvilje. Ikke alle overlever: Myspace, Yahoo og Flickr er noen av de mer kjente taperne fra de siste årenes standardkriger.

Selv om private aktørers interesser alltid har preget utviklingen av infrastruktur, handlet utbyggingen av kommunikasjonsnett (telegraf, telefon, radio) lenge om statlige interesser, så som nasjonsbygging, statlig selvhevdelse og motkonjunkturpolitikk. Først etter andre verdenskrig ble de store overnasjonale nettverkene etablert med tilhørende internasjonalisering av standardene. Åttitallets nyliberalistiske dereguleringer av store deler av offentlig sektor overlot forvaltningen av den sivile elektroniske kommunikasjonen til private aktører. Det samme gjaldt ansvaret for bygging av infrastruktur, produksjon av maskinvare, utforming, oppdatering og vedlikehold av programvare, og utvikling av plattformer for offentlige tjenester.

Den gjeldende politisk-økonomiske orden har blitt betegnet «plattformkapitalisme». Bak navnet ligger en tanke om at plattformer

---

13 Eco 1994.



ikke er nøytrale, men inngår i en politisk økonomi som organiserer våre forskjellige livssfærer ut fra dimensjonene infrastruktur, marked og styring.<sup>14</sup> Om det nå er Apples «Reach out to every life you've touched», Amazons «fulfillment centers», eller Telenors fagre nye 5G-verden, preges de ledende leverandørenes retorikk av løfter om en omforent, tilfreds menneskehet forbundet av allestedsnærværende database-handling. Apple har bygd merkevare på å være ledende på sømløse brukermiljø. Amazon tok på sin side for tjue år siden føringen i såkalt *cloud computing* med etableringen av Amazon Web Services. Sammen med Microsoft eier de i dag halvdelene av den geopolitiske realiteten «Skyen». Amazons satsing på globale fysiske nettverk inkluderer oppskytingen av en egen kommunikasjonssatellitt.<sup>15</sup>

Alphabet, Amazon, Apple, Meta og Microsoft – verdens ledende plattformleverandører – er i dag integrerte aktører i privat og offentlig tjenesteyting. Innenfor handel, underholdning, helse, nyheter og bank-tjenester leverer de premisene for brukernes hverdag og identitet. Slik produserer de internasjonale plattformene primært brukerfellesskap. Brukerdata samles inn i et omfang som ville ha vært utenkelig for eldre tiders markedsundersøkelser. Dataene går inn i tilbakekopplingsløyfer som bidrar til å optimalisere leverandørenes grensesnitt mot forbrukerne ved samtidig å stimulere sistnevntes betalende deltagelse i en mer og mer interaktiv hverdag. Forbruksprofilen organiserer den enkelte i affektive fellesskap og gir tilhørighet i massen av brukere. Google og Facebook er verdensledende i persontilpasset reklame. Applikasjoneles koding av handlingsmønstre brukes til styring som brukerne underkaster seg med største iver. Plattformøkonomiens ekspansjon inn i arbeid og fritid konvergerer praktisk og estetisk i et hverdagsliv som i økende grad medieres i konsumets og kundekartleggingens tegn.

14 Srnicek 2018; Kenney & Zysman 2016; van Dijck, Poell & de Waal 2018.

15 Bokhandelen Amazon utgjør mindre enn 5 % av omsetningen (McGurl 2021). Se også Amazon u.å. og Sheetz 2021. Om «Skyen» som geopolitisk realitet («Grossraum Google»), se Bratton 2015: 19ff.

Covid-19 ble et håndfast møte med den nye digitale virkeligheten. Smitteverntiltakene våren 2020 regulerte ikke kun tilgangen til de offentlige rom, de grep også inn i privatsfæren. Dette utløste både privat og offentlig en serie eksperimenter med hverdagslivets protokoller. Nye konsum-, samværs-, arbeids- og undervisningsformer skapte nye handlingsmønstre og erfaringer. Direktestrømming, Zoom-møter, hjemmekontor og hjemmeskole fikk frem en rekke nye sosiale forhold. Skillene mellom på og av, jobb og hjem, var blitt utydeligere, og de sosiale mediens strukturering av borgernes hverdagslivsverden påtrengende. Når smarttelefoner blir adgangskort til offentlige rom, og helsemyndighetene ber om frivillig kartlegging av sosial omgang, står det klart at den digitale medieringen av sosial interaksjon er allestedsnærværende, og at den produserer verdifulle brukerdata for en tredjepart som parasitterer på kommunikasjonen.

## Økonomiens og mediens restrukturering av kunstfeltet og dets offentligheter

En situasjonsbeskrivelse som denne kan fremstå som lovlig apokalyptisk, ikke minst for et kunstfelt hvor de forestillinger mange har om en «normal hverdag», gjerne er knyttet til håndfaste objekter som bøker, musikkinstrumenter, skulpturer eller malerier, eller til besøk i offentlige rom hvor også andre publikummere er til stede – teatre, konsertsaler, kulturhus, bibliotek, museer eller gallerier. Kort sagt, kunst og kultur oppleves fortsatt som noe som finner sted i fysiske, felles og delte rom, i fora hvor opplevelsens kvaliteter sjelden lar seg skille fra bevissthetens om andres nærvær, hvor faktisk oppmøte og deltagelse er en viktig målestokk for arrangementets suksess, og hvor evenementer, kulturraker og festivaler fremstår som friminutt fra hverdagens rutiner.

Kunstfeltet var lenge parsellert i distinkte kunstarter kjennetegnet ved egne praksisformer og objekter. Scenekunst, billedkunst, litteratur, musikk og film fungerte som separate felt med atskilte, kunstspesifikke

institusjoner, organisasjoner, tradisjoner og formidlingskanaler, og med sine særlige grupper av kunstnere, skjønnere, forvaltere og betalende kunder. Dermed kunne kritikere og forskere granske både kunstartenes egenart og deres omgivelser: institusjoner, markeder, publikum, kunstoffentlighet, politikk, lovverk og så videre. I neste runde kunne de kritiske diskursene bidra til å stadfeste kunstens sosiale realitet ved å tilskrive den betydning. Kretsløpene innenfor kunstens forskjellige felt, bestående av kunstfeltenes mange institusjoner og deres tilhørende aktører – kort sagt kunstverdens sosiale, politiske og økonomiske realiteter –, har bidratt til å berettige statlige intervensjoner i kunstfeltet. Nasjonal kulturpolitikk har handlet til allmenhetens beste, dens dans og glede, om det nå har dreid seg om lovreguleringer, bygging av kulturinstitusjoner, offentlig utsmykning, utdannelser eller ulike stipend- og støtteordninger.

Kunstfeltet stod lenge på den norske politiske dagsordenen. Statlig finansierte institusjoner, offentlige reguleringer og støtteordninger kompenserte for mangelen på et stort nok marked av kjøpekraftige kjennere. Men innholdsmessig, funksjonsmessig og teoretisk kom nyliberalismen til å sette den kulturpolitiske konsensusen under press. Samtidig ble kunststartenes, genrenes og mediernes innbyrdes grenser mindre uttalte, de ble gjenstand for utstrakt «dedifferensiering».<sup>16</sup> Dette kom også til uttrykk i forholdet mellom teoriutvikling og praksisfelt. Et eksempel blant flere er *interart studies* som ble et slagord for genreoverskridende estetikk i praksis og teori på 1990-tallet. Fra performancekunst til relasjonell estetikk ryddet institusjonskritikkens ymse utløpere opp i estetiske idealer som, med Theodor Adornos ord, allerede modernismen hadde gjort til «kulturavfall».<sup>17</sup> Det nasjonale perspektivet som lenge tjente som en samlende idé – det handlet om å hegne om *norsk* kulturarv –, er ikke lenger parolen, men har veket for forhandlinger om representativitet, inkludering og mangfold. I et globalt

16 Jonvik mfl. 2020.

17 Adorno 1962: 188.

perspektiv er skillet mellom nasjonal og internasjonal kunst mindre relevant, og nye pengesterke aktører har i Norge svekket skillet mellom privat og offentlig eierskap. Endelig har digitaliseringen gitt estetiske og økonomiske hybridformer som etablert kunstteori lenge stod uten begreplige redskaper til å håndtere.

Ben Mauk fremhevet allerede i «The Work of Art in the Age of Amazon» fra 2013 hvordan den estetiske sfæren medieres i – og dermed underlegges – de formater som til enhver tid er de mest salgbare, men at den brede digitaliseringen også har svekket de forskjellene som før definerte mediene.<sup>18</sup> Bøker, radio, TV, grammofonplater, fotografi, film og videospill var i utgangspunktet inkompatible tekniske bærere for ulike mediespesifikke kulturuttrykk. Omhegnet av spesifikke kulturer var disse mediene, innholdsmessig og teknisk, studieområder i egen rett. Billigere og mer slagkraftige computere, nettbrett og smarttelefoner har drastisk endret disse teknologienes romlige og temporale aspekter og oppløst mange av de tekniske forskjellene mellom dem. I dag håndterer bærbare medieenheter alle de nevnte medieteknologiene, lesing, lytting, avspilling av lyd og bilder. De kan sågar fungere som komplette produksjonsplattformer enten det nå er for film, visuell kunst, musikk, spill eller forskjellige former for litteratur.

Nå kan verken globalisering, merkantilisering eller informatisering uten videre sies ha vært ødeleggende for kunstfeltene i Norge etter krigen. Både «kunst» og «kultur» betegner per definisjon dynamiske realiteter som reagerer på, tar opp i seg og preger sammenhengene de er en del av. Slik har impulser fra verdenskunsten blitt tydeligere i norske kunst, mens et fenomen som folkefinansiering er en ny vri på kunstens komplekse forhold til markedet, og digitalisering har gitt nye muligheter i estetisk produksjon og *artistic research*. Men medierealitetens endringer har ikke kun bidratt til å gjøre nettverk, deling og interaktivitet til estetiske og politiske honnørord på kunstscenene, den har for norsk kunsts og kulturs del – og offentlighetene de inngår i – forandret deres

---

18 Mauk 2013.

forhold til verden «utenfor», til markedet og til brukerne. Sektoren er strukturelt sett transformert, i en slik grad at den neppe kan behandles som samme sektor. Samtidig bør man ha in mente at termene som brukes til kritisk å artikulere de nye digitale medieøkologiene, ikke står i en utvendig relasjon til disse, men inngår som en del av de samme historiske endringsprosessene.

## Tre begreper: nettverk, infrastrukturer og plattformer

Den kritiske teorien har de siste tiårene nytt godt av importert fra en medieteorier som begrepslig har vist seg bedre rustet enn den etablerte kunstteorien til å identifisere kunst- og kulturfeltenes endringer. Tre nyttige begreper i den forbindelse har vært nettverk, infrastruktur og plattform. De har det til felles at de opprinnelig artikulerte egenskaper til predigitale tekniske miljøer, men nå primært tjener til å betegne digitale rammeverk og de fellesskapene de legger til rette for. Som historiske termer betraktet forteller de om etapper i en teknologihistorie, men som begrep er de steg og redskaper i det kulturelle arbeidet med å fordøye erfaringene av den samme historien. Samlet uttrykker de en problematikk som både er sosial, økonomisk, politisk og teknologisk.

Begrepet «nettverk» ble introdusert i medieforskningen på 1950-tallet for å betegne forskjellige typer systemer for informasjons-spredning og -styring. Mark Wigley har ført bruken av termen tilbake til møtet mellom tre etterkrigsvitenskaper: kybernetikk (Buckminster Fuller), medieteorier (McLuhan) og byplanlegging (Le Corbusier).<sup>19</sup> Termen har således blitt artikulert i skjæringspunktet mellom styring, medier og hverdagsliv. Kybernetikken som var navnet Norbert Wiener hadde gitt den nye vitenskapen om styringssystemer, inspirerte McLuhans teoretiske sondering mellom varme og kalde medier som

---

19 Wigley 2006.

teknikker for politisk kontroll, mens urbanismen oppstod i kjølvannet av Le Corbusiers og hans generasjonsfellers forståelse av byer som kommunikasjonsnett som håndterer strømmer av folk, varer og informasjon i tid og rom.<sup>20</sup>

«Nettverk» er i utgangspunktet et engelsk ord anvendt om tekstilkvaliteter. Ordets kommunikasjonsteoretiske bruk går tilbake til telefonen og telegrafene, «telenettet» som de to ble kalt på norsk. Et «nett» er ifølge *Riksmålsordboken* fra 1947 et flettverk eller tett system av forbindelseslinjer.<sup>21</sup> Telefonnettet var opprinnelig analogt og designet for mange-til-mange-kommunikasjon. Telegrafene er derimot en ikke-analog kommunikasjonsteknologi, organisert lineært i hierarkiske en-til-en relasjoner. Nettverksbegrepet fikk på engelsk bred medieteoretisk gjennomslag på 1990-tallet i kjølvannet av de tidlige elektroniske nettverkene «distribuerte orden». Prototypen som ble forløperen til dagens internett, ble utviklet under navnet ARPANET for å dele prosesseringsressursene mellom fire amerikanske universiteter. Topologisk betegner «nettverk» horisontale knutepunktbaserte kommunikasjonssystemer som kan være mer eller mindre desentraliserte, og som kan ha vekslende grad av kompleksitet.<sup>22</sup>

Nettverkstermens utspring i den tidlige medieforskningens forening av kybernetikk og urbanisme røper at begrepet er forbundet med en ny medierealitet. Det norske terminologiske motstykket, «nett», tydeliggjør strukturen i systemet for informasjonsspredning, men peker også på sosial dynamikk. Termen betegner aktørenes innbyrdes relasjoner, de «sosiale bånd» som knytter dem sammen, samtidig som den gjør oppmerksom på at materielle teknologier utgjør de sosiale relasjonenes og formenes mulighetsbetingelser.<sup>23</sup> I tråd med dette kontrasterer ofte

---

20 Wigley 2006: 375. Se også Bratton 2015: 43. Om media som kontrollsystemer, se McLuhan 1968 [1964]: 28.

21 Nett 1947.

22 Galloway 2010. Se også Kittler 1985, oversatt til engelsk som *Discourse Networks* i 1990.

23 Jagoda 2017.

medieteorien verdensvevens nettverksstruktur med massemedienes kringkasting. Den første er en horisontal, den andre en hierarkisk relasjonlighet. Nettverksteori åpner også for en teori om individualisering hvor handlingsrom bestemmes av systemets topologi, altså individenes «plass i nettverket, slik denne plassen reguleres av knutepunktene dynamiske relasjoner. Bestemt som node i et system uttrykker individet summen av de nettverksrelasjonene det deltar i, selv om det ikke kan reduseres til dem.<sup>24</sup> Fordi nettverksrelasjoner er flate, har de per reflex fått status av å være demokratiske offentligheter, og internett ble også i sin tid mottatt som et forvarsel om en mer egalitær sosial orden. Tendensene post web 2.0 synes imidlertid å være helt andre i takt med at nettverkene har blitt privatisert – for ikke å si kolonialisert – av de store plattformsselskapene. Overvåking produseres overnasjonalt av private selskap.<sup>25</sup>

Også termen infrastruktur har en forhistorie i samfunnsforvaltningen. I sin opprinnelige pregning på fransk betegnet ordet på sent 1800-tall de fysiske, bærende elementene i veier, bruer, jernbaner og lignende, så som stag, skinner, sviller og kulverter. Offentlig finansiert infrastruktur var et uttrykk for statenes vilje til å stadfeste sin suverenitet og sitt territorium, og til samtidig å organisere og forvalte fellesskapets interesser. Etter andre verdenskrig kom termen bredt i bruk og omfattet også kraftverk, signalsystemer og baseinstallasjoner, teknologier som legger til rette for distribusjon av informasjon og transport. «Infrastruktur» betegner slik kommunikasjonens og interaksjonens materielle forutsetninger. Geoffrey Bowkers bestemmer begrepet som «pervasive enabling resources in *network* form».<sup>26</sup> Infrastrukturens materielle uttrykk er nettverk som tjener kommunikasjon og dermed også både gruppe- og meningsdannelse og kontroll. Systemteoretisk sagt betegner infrastruktur den fysiske orden og nettverk den logiske

---

24 de Certeau 1990.

25 Chun 2017: X.

26 Bowker mfl. 2010: 98 [min kursiv].

orden. I tråd med dette brukes begrepet i marxistisk tradisjon i tospann med «superstruktur», samfunnets overbygning, dets lover og verdier, ideer og kunst. Infrastrukturen er basisen som gjør superstrukturen mulig.<sup>27</sup>

Infrastrukturbegrepets nyere historie er i Europa knyttet til nyliberalismen. Sentralt i 1990-tallets deregulering og avnasjonalisering av de europeiske markedene stod oppløsningen av de statlige kommunikasjonsmonopolene som fra mellomkrigstiden av hadde vært viktige brikker så vel i finanspolitikk som i oppbyggingen av statsforvaltningen. EUs liberale prinsipper om de fire friheter – fri flyt av varer, tjenester, kapital og personer – forutsatte at nasjonalstatlige barrierer ble bygd ned. Av dette fulgte det at staten ikke både kunne eie infrastruktur og tilby tjenester som gjorde bruk av den samme infrastrukturen, slik blant annet postvesen og jernbanevesen lenge hadde gjort stort sett over hele Europa. I Norge ledet dette til oppdelingen av statlige etater i henholdsvis et organ som skulle kvalitetssikre bygging og ettersyn av fysisk infrastruktur, og en markedsutsatt statsbedrift som skulle konkurrere med andre leverandører om salg av tjenester. Televerket ble i 1995 i sin helhet privatisert som Telenor, NSB ble til Jernbaneverket og driftsselskapet NSB BA i 1996, luftfartsverket til Luftfartstilsynet og Avinor i 2003 (for å nevne de meste prominente).

Som kritisk begrep kommer «infrastruktur» fra STS, science and technology studies, en tradisjon som betoner infrastrukturenes sosiale sider samt hvordan forvaltning av informasjon alltid uttrykker interessene til dem som investerer i og kontrollerer infrastrukturen. Aldri verdifrie er infrastrukturen materielle uttrykk for viten, praksiser og teknologier. Det brede gjennomslaget de senere årene for nettverk, kontroll og infrastruktur som «kritiske» begrep, er et åpenbart uttrykk for en teoretisk og kulturell bearbeidelse av en historisk situasjon, privatiseringen av offentlig sektor under nyliberalismen, overføringen av makt fra stat til marked og den nye plattformøkonomien.

---

27 Althusser 1969 [1961]: 102.



En minimumsdefinisjon av plattformer er «infrastrukturer som lar to eller flere grupper interagere».<sup>28</sup> YouTube er et eksempel på en plattform som legger til rette både for deling av innhold, og for kontakt mellom innholdsprodusenter og brukere. Samtidig innebærer plattform alltid også eierforhold, de er alltid *noens* plattformer – YouTube er eid av Google. Selv om plattformene legger til rette for kontakt, forvalter de eierens interesser, og disse er ikke alltid sammenfallende med brukernes. De krever investeringer og må skape inntekter for å kunne vedlikeholdes. Også her gir *Norsk riksmålsordbok* anno 1947 en pekepinn om hva man skal forstå med plattform: «en sosial eller økonomisk stilling som kan tjene som sikkert grunnlag for ens videre streben». Om plattformer etablerer standarder som åpner for bestemte aktiviteter og utvekslinger, bestemmer de også formatene for de samme aktivitetene. Plattformens eier kan dermed begrense brukerne interaksjoner med andre plattformer og styrke egen posisjon.

Også «plattform» er et ord som stammer fra fransk. Etymologisk forbinder det flere assosierte betydninger rundt en semantisk kjerne: Det er en frittstående, relativt selvstendig struktur med et opphøyd flatt plan som muliggjør bestemte aktiviteter. Ordet kan betegne stillas, utsiktspunkt, ildgivningsstasjon, oppholdssted under transport, men også en erklæring om et felles moralsk eller politisk grunnlag, og dermed per implikasjon en intensjon. Termens militære bibetydninger har vært en del av dens historie i den elektroniske industrien. Her ble det først brukt i kjølvannet av 1990-tallets «standardkrig» om operativsystemer. Historisk hadde disse vært maskinspesifikke, hvert firma hadde sitt programmeringsspråk. Microsoft og Apple vant krigen på hvert sitt marked med MS-DOS og MacOS, mens firmaer som Norsk Data, Olivetti, Atari og andre måtte gi tapt, og med dem forsvant operativsystemene SINTRAN, COSMOS og TOS. En av krigens vinnere, Microsoft, lanserte i 1995 Windows 95 som en «plattform» med ambisjoner om monopol på nettverksmarkedet. Men krigen fortsatte med nye aktører. Få måneder

---

28 Srnicek 2017: 43 [min oversettelse].

senere ble Netscapes nettleser presentert som «cross-platform», en programvare som kommuniserte med flere operativsystem. I 2000 ble søkemotoren som etter hvert har gjort verbet «google» synonymt med nettsøk, lansert internasjonalt. I dag har Google Search nesten monopol på nettsøk, mens Google nettleser Chrome betjener rundt to tredjedeler av markedet. De nyeste standardkrigene, «IoT Platform Wars», står om de elektroniske miljøene vi lever i.<sup>29</sup>

«Plattform» er notorisk flertydig, det favner både maskinvare og programvare, kode og innhold, samt kombinasjoner av dette. I sin nåværende form, post web 2.0, har de sine tekniske forutsetninger i den ubegrensede tilgangen på lagringsplass som har blitt åpnet med *cloud computing*, samt i den ledsagende algoritmerevolusjonen som tillater kartlegging og analyse av kundenes kollektive og individuelle konsummønstre.<sup>30</sup> Informasjonen som genereres, brukes til å forutsi fremtidige bruksmønstre og designe produkter tilpasset markedet.<sup>31</sup> Logikken er velkjent fra henvendelsene vi daglig får fra applikasjonene våre: Liker du A, vil du kanskje også like B. «Like» eller «ikke like» er den grunnleggende funksjonen kundene opplæres til, affekt, snarere enn verbalisering og refleksjon er det som gir adgang til og identitet i brukerfellesskapet.

## De sosiale mediens affektøkonomi

Plattformøkonomiens grensesnitt griper i økende grad inn i hverdagen. Via mobiltelefonen får vi jevnlig meldinger, påminnes avtaler og regninger, og mottar på bakgrunn av digitale aktiviteter og GPS-informasjon

---

29 Etter at Microsoft og Blackberry gav tapt, er mobiltelefonens verden delt i to interessesfærer, Android og iOS (Apple). I spillindustrien har plattformkrigene tre aktører PlayStation (Sony), Xbox (Microsoft) og Nintendo, mens utfallet av «the streaming wars» er uavklart, men både Apple og Amazon synes å ha medvind. I skrivende stund kommer nyheten om at Netflix har alliert seg med Microsoft. Om IoT, se Bhatia mfl. 2017.

30 Kenney & Zyman 2016: 64.

31 Poell, Nieborg & van Dijck 2018.

ymse opplysninger. Maskinene påkaller brukerne i en hverdag hvor det digitale legger premissene for utveksling, underholdning og penge-transaksjoner. Teknologien *interpellerer*, den «avbryter ved å snakke» til oss, men samtidig gjør den oss delaktig i fellesskap av mediekonsumenter, den både former og produserer oss som mobilbrukere.<sup>32</sup> Det er i et slikt mediemiljø samtidens estetiske praksiser utfolder seg og konsumeres. Uppfordret spørres vi om vi vil kjøpe, høre eller se mer av det samme, og om vi vil vurdere, dele, like eller anbefale.

Betegnelsen «sosiale medier» er en indikasjon på hvordan digitale medier har utvidet hverdagslivet, dets innebyggede mellommenneskelige relasjoner og dets estetikk. Om sosiale medier i utgangspunktet var PC-baserte randoffentligheter – digitalt baserte nettverk fra MUD via praterom til alle slags nettsamfunn – har de i og med basestasjoner, smarttelefoner og web 2.0 blitt en del av plattformøkonomien og i økende grad tingenes internett. Smarttelefonenes opptaks-, lagrings- og distribusjonskapasitet har gjort kamera og skjermer allestedsnærværende. Ikke bare tillater de registrering, lagring og spredning av lyd og bilde, men optimaliseringen av deres teknologiske potensial forutsetter at leverandøren gis tilgang til dataene som genereres i bruken av dem. Brukerens belønning er innbakt i teknologien og de sosiale relasjoner den tilbyr. Slik kan Google Photos arkivere feriebilder i annoterte album, Instagram tillate selvfremsstilling i mer eller mindre definerte delingsfora, og Snapchat-meldingen skape kontakt. Om den første tjener dokumentasjon, og den andre inviterer til posering, fungerer den tredje – med en term fra Roman Jakobson – «fatisk», den sier «hallo!» Her er vi ved de sosiale medienes kjerne, det er ikke innholdet, men kontakten som teller, og ønsket om et publikum. Mediet er budskapet, det er det som samler oss, som stimulerer oss til å ville dele, og som gir oss følelsen av å være med.

---

32 Begrepet «interpellerer» stammer fra Louis Althusser, for dets bruk i medieteorien, se f.eks. Nguyen 2022.

Det var en tid da TV-apparatet tronet i stuen som et ikon for massemedienes tidsalder og var en paradoksal markør for privatsone og familieliv, i samtidssatiren omtalt som «husalter». I dag har den ene skjermen blitt til mange, allestedsnærværende skjermer, men deres hverdagslighet til tross oppleves skjermene interessant nok fremdeles som private. Uavhengig av deres karakter av masseprodukt er smarttelefoner utpreget individuelle eiendeler, og de preger sterkt rommet brukerne etablerer; mobiltelefonen etablerer en nærmest ukrenkelig privatsfære hvor innbrudd utenfra er taktløst.

Intensiteten som særmerker omgangen med mobiltelefonen, er trolig uten fortilfelle i verdslige sammenhenger. Telefonens affektive potensial gjør den til kandidat til det Deleuze og Guattari i *Anti-Ødipus* kalte for en «begjærsmaskin» – et begrep de to i sin tid utmyntet for å besvare spørsmålet: «Hvorfor begjærer vi så sterkt vår egen undertrykkelse?»<sup>33</sup> Smarttelefonens basale funksjon er av og på, en art allmaktsfunksjon som repeteres i bruken av applikasjonen og i den tomme øvelsen det kan være å bla seg med tommelen gjennom poster på TikTok, Snapchat eller Facebook og fordele *likes* – hvor den kritiske evaluering stort sett har skrumpet inn til den negative gestus ikke å trykke «like». Likerklikkets «igjen og igjen» er gjentagende bekreftelser av ønsket om å være forbundet, om ha eksistens i sanntid i et univers hvor kvalitativt innhold må vike for kvantitet. Når mengden likerklikk teller og *telles*, blir innholdets varighet kortere og kortere. Et swipe er hurtigere enn et trykk, og YouTube's dominans må vike for TikTok.<sup>34</sup>

Bruken av smarttelefonen ligner bruken av TV-apparatets fjernkontroll. Å *zappe* har blitt forstått som en aktivitet knyttet til distraksjon, eventuelt frustrasjon, hvor affektene er knyttet til innholdets forskjellsløshet. Et slikt perspektiv underkjenner imidlertid zappingens minimale, men viktige intensitetsproduksjon, som gjenfinnes i fingerens sveip over skjermen. En følge er tapet av evnen til å opprettholde

---

33 Deleuze & Guattari 2002 [1972].

34 Williamson 2022.

konsentrasjon. Oppmerksomhetens struktur endrer karakter. Det som en gang ble kalt kinosalens *captive audience*, er nå så blasert at det må oppfordres til å slå av telefonen under forestillingen. Intensitetsproduksjonen ligger i dag i skiftende grensesnitt, ikke i fordypelse eller drøying av spenningsutløsningen. Hva den gamle tanken om estetisk katarsis hadde til felles med Freuds piringsteori, var at den var strukturert over forløpet «av, på og av». Denne rytmen er i plattformøkonomien vekk, det er strømmen av nye inntrykk som gjelder, likegyldig hvilke. Tilbudet om nye driftsmessige intensiteter er der 24/7, om det er shopping, gambling, pornografi, spill, Instagram eller seriefråsing inntil utmattelse.<sup>35</sup>

## Kunstfeltets strukturendringer

Et klassisk argument har vært at kunstobjektet skiller seg fra varen ved å være sitt eget formål. Hvis ikke er det kitsch, dekor, underholdning eller kynisk vareestetikk. At kunstverket kan ha markedsverdi, kolliderer med tanken om dets unike vesen. Det skiller seg fra industriproduktet ved at det ikke lar seg reproducere, og derfor ikke kan måles etter økonomiens kalkyle av kost og nytte. Samtidig blir dets autonomi først reell når det stilles i motsetning til markedet som finansierer det. Det finnes kunst kun fordi den kan selges og skifte eier. Eiendomsforholdets spørsmål kan ikke begripes uavhengig av relasjonen mellom kunstner og publikum, produsent og konsument – dem som kan og vil betale for produktet. Prisnivå blir i neste runde et sosialt kriterium for kvalitet (dyrt er godt). Fra konsumentens side er kunstverkets verdi knyttet til at det ikke er en forbruksgjenstand. Investeringen i estetiske objekter eller konsertbesøk er en ikke-produktiv ødselhet, et spill av tid og verdier som kunne blitt brukt annerledes.<sup>36</sup>

35 Crary 2015.

36 Argumentasjonen i avsnittet er en forenkende parafrase av poenger fra Adorno 2021 [1970].

Det opprinnelige kunstmarkedet la til rette for kunstformater som lot seg avhende som fysiske handelsvarer. Den kommodifiserte kunsten går historisk fra formater som kobberstikk og flyveblad via nips og notehefter til plakater, LP-er og DVD-er, og forteller en historie om stadig mer sofistikerte og industrielle reproduksjonsteknikker. De estetiske produktenes varekarakter er fortsatt en realitet i de digitaliserte kulturgodenes verden, men formatene er nye. Adgangen til dem baseres nå på elektroniske tjenester, deres objektive realitet er kodestrenger. Nettauksjoner, nettbokhandler og billettsalg på nett, strømming av lyd og bilder, deling og spredning på sosiale medier, nye typer smakdommere og verdihierarkier, viser hvordan kulturfeltets infrastruktur er endret etter web 2.0. En rekke former, hvis eksistens var knyttet til at de var håndfaste objekter laget for salg og kjøp, forsvinner. CD- og DVD-markedet kollapset på få år. Også boken er under press, ikke i den forstand at tekstbasert narrasjon eller lyrikk er på vei ut, men ved at litteraturen finner nye formater. Selv om e-boken neppe vil overta for papirboken, merkes presset fra digitale lydbøker fra strømmetjenester som Fabel, Storytel og Audible. Her legger ikke fortellingene alltid veien om trykt bok, de produseres for å bli lyttet til, ikke lest. Selv papirbøker begynner sin eksistens som elektriske impulser på en PC, de produseres digitalt, før de selges via internett.

Museer, kinoer, konserthaller, biblioteker, men også radio, TV, aviser og tidsskrift – og bokklubber – utgjorde lenge norsk kunst offentlig bærende elementer. Kulturen utspilte seg i rom forvaltet av nasjonale eller lokale institusjoner, ofte plassert i praktbygg som hvert især feiret den samme nasjonale kulturelle infrastrukturen de inngikk i. For å ta del i kulturlivet måtte publikum forlate privatsfæren for å konsumere kultur i et offentlig rom, selv som radiolytter i sin egen stue. For den kulturelt bevisste borgeren var de regelmessige konsert- eller teaterbesøkene aktiviteter å ligne med daglig avislesing; de var både en performativ markering av tilhørighet i offentligheten og en estetisk fristund. Distribusjonen av kunst- og kulturprodukter overtas i dag av plattformøkonomiens aktører – i varierende grad avhengig av kunststartens

mediespesifisitet. Den regelmessige bruken av teater, konserter eller radioposter som NRKs «dagens dikt» har veket plassen for festivaler og *events*, mens hverdagens kulturkonsum av lyd, bilder og tekst domineres av strømmetjenester. Publikum har endret karakter, det har antatt andre sosiale former og samles om andre medier.

Moderne institusjoner som biblioteker og museer var en gang både oppbevaringssteder og templer for den respektfulle omgangen med fortiden. De siste tiårenes massive investeringer i symbolbygg i større europeiske byer kunne forstås som en økt investering i museumsmediet, om det ikke snarere handlet om en skjerpet merkantilisering av kunstoffentligheten, og kunstens innlemmelse i en post-industriell opplevelsesøkonomi kjennetegnet av storslåtte nyåpninger, bienaler, festivaler og kulturby-events. De museer og biblioteker utenfor førstedivisjon som overlever, legitimerer sin eksistens på andre måter. Digitaliseringen har for eksempel aksentuert deres arkivfunksjon. De tjener mindre til å kombinere forvaltning og feiring av enestående museumsobjekter, enn som informasjonssentra som forbinder individer, ting og handlinger over avstander. De nye virtuelle rammen endrer forståelsen av samlingenes fysiske karakter, og digitale visningsprogrammer reiser spørsmålet om objektene materialitet og indeksikalitet.

Kritikerens skjebne forteller om hvordan kunstoffentlighetens strukturendringer har endret relasjonene mellom kunstnere, verk og publikum. En av anmelderens funksjoner er å holde smaksfellesskap ved like. Kritikens stabiliserende kraft ble mulig i kraft av den mediale tregheten i en trykkekultur som i dag er borte. I et digitalt miljø svekkes kritikerens autoritet. Uten avishusenes autoritet og rekkevidde å lene seg på må aktørene operere på egne vegne. Stemmen og foraene blir flere, og adgangen lettere. I takt med at kritikken forsvinner fra avisene – siden kritikk ikke genererer klikk – har andre aktører begynt å etablere seg, men i formater som bokblogger, podkaster, BookToks, storygraph, Facebook-sider og naturligvis plattformleverandørenes egne fora, så som GoodReads og brukeranmeldelsene på Amazon.

Mark McGurl har beskrevet den typen praksiser som Amazons selvpbliseringsplattform, Kindle Direct Publishing (KDP), legger opp til, som «entreprenørånd», og han peker på at plattformens brukere kombinerer personlige og/eller politiske prosjekter – distinksjonen kan være uklar i identitetspolitikken tid – med kapitalisering på forskjellige former for verdi, økonomisk og moralsk eller begge deler samtidig.<sup>37</sup> Verdiakkumulasjonen telles like mye i likerklikk og deling som i penger, og drives av en overføring av affekter – affekt fellesskap – som er drivkraften i følgernes respons på begivenheter i real time. Mobiliseres følgerne i stor nok grad, kan bidragene nå utover de ennå snevrere KDP-miljøene til de mer tradisjonelle media, eller eventuelt utløse prosesser med bred deltagelse i forskjellige former for crowdfunding.

I voksende omfang settes estetiske standarder i og av en digital offentlighet som opererer på andre premisser enn den gamle kunstofentligheten gjorde. Vurderingsarbeidet preges av nye aktører, ikke minst av algoritmer som håndhever et automatisert, ikke-refleksivt arbeid med å kartlegge og analysere. Spilletid på Netflix-serier, likerklikk på IMDb og GoodReads, Spotifys data om hva som spilles, hvor og når, når det skippes i en låt, hvordan lenker spres på sosiale medier og så videre er verdifulle biprodukter av konsumentenes aggregerte bruk. Økonomisk sett utfører kundene et gratisarbeid. Forretningsmodellen hviler på at inntektene fra dette overstiger utgiftene; plattformene er maskiner som utvinner merverdi av arbeidet brukerne nedlegger.<sup>38</sup>

## Publikums koordinater i rom og tid

Like lite som hverdagslivet er isolert mot produksjonssfæren, står privat nytelse av kunst utenfor samfunnet. Å oppleve kunst forutsetter estetisk trening, og ethvert publikum er historisk, sosialt og teknologisk

---

37 McGurl 2021.

38 Bratton 2015: 374.



betinget, om det sjelden er svært enhetlig.<sup>39</sup> Benjamins innsikt gjelder fortsatt: Estetisk erfaring er ikke immun for remediering. Våre måter å se, høre og erfare verden på formateres av medieøkologiene vi inngår i, og de tid- og romstrukturer de etablerer. Hva som gjelder som kunst og kultur, betinges slik av de eksisterende estetiske regimenes distribusjon av sanselighet.<sup>40</sup>

For et drøyt tiår siden resymerte John Durham Peters massemediens virkemåter med formelen *content, channel, creature* – innhold, kanal og livsvesen – hvor kanalen bestemmer formelens to ytterpunkt. De overføringer mediet muliggjør, er alltid allerede drevet og formatert av mediets tekniske spesifikasjoner og med hva disse måtte innebære av temporaliteter, rom, støy og publikum.<sup>41</sup> For medier forbinder ikke bare individer, de organiserer også særlige tid-rom-realiteter, noe uttrykkene «live» og «sanntid» er vitnesbyrd på. Peters bruker kategoriene tid og rom til å etablere et matrisediagram som tillater en enkel taksonomi for hvordan medier etablerer infrastrukturene til former for fellesskap, publikum og offentlighet: 1) Medier som forutsetter et sammenfall i både rom og tid mellom avsender og mottager (konserter, teater og andre fysiske fremstillinger). 2) Medier uten verken sammenfall i rom eller i tid (litteratur og grammofonplater). 3) Medier med sammenfall av tid, men ikke av rom (klassisk kringkasting og online-gaming). 4) Medier med sammenfall av rom, men ikke av tid (pilegrimsreiser, museer og internett).<sup>42</sup> Det er verdt å dvele kort ved den siste kategorien; den er et vitnesbyrd fra en tid da internettet ennå meningsfullt lot seg begripe som telekommunikasjon, og hvor besøket av en nettadresse krevde tilkopling via et modem til telenettet. Medierealiteten i dag er trådløs sanntidsinteraksjon døgnet rundt, mellom brukere, mellom brukere og ting, og i økende grad mellom tingene selv.

39 Bourdieu 1995.

40 Rancière 2012 [2002].

41 Peters 2010: 267. Se også Serres 1980.

42 Peters 2010: 274. Noen av eksemplene er mine (performance, grammofonplater og museer).

Nå er «ting», marxistisk uttrykt, en «mystifikasjon»; det er plattformenes programvare – altså teknologien og de økonomiske imperativer den uttrykker – som bryter inn i hverdagen, ikke tingene. De blir styrende for graden av nærhet mellom produsent og konsument, for muligheten til feedback og de former denne tar, om brukere organiseres i grupper eller individualiseres, og om det sosiale sluttproduktet er fellesskap eller ensomhet, affekt eller refleksjon, nærhet eller avstand.

Fastholder man Peters' høye generaliseringsnivå, kan man si – selv om man mister noen historiske nyanser – at kunsten før fremveksten av de moderne reproduksjonsmediene var preget av en medieøkologi hvor to typer estetiske medier dominerte, henholdsvis de som forutsetter et sammenfall i tid og rom (konsertsalen), og de hvor det verken er sammenfall i tid eller rom (lesingen). Dette er den borgerlige offentlighetens medieøkologi, strukturert over en todelt sosial realitet: det offentlige rom og hjemmet. Den er trykkbasert og legger forholdene til rette for et publikum som er reflekterende og diskursivt. Kunsten kunne nytes ute og fordøyes hjemme, og refleksjonen over den ble vedlikeholdt av kulturseksjonen i avisene som samtidig sikret dens sosiale status. Slik kunne en samfunnsbærende kunst holdes ved like og forvaltes av konsertsaler, teatre, kunstnere, kritikere, staten, samt et betalende publikum som fant glede i å gjenkjenne og feire seg selv i speilet kunsten holder opp. En av kunstens funksjoner – i tråd med den franske sosiologen Emile Durkheim – er å være en måte samfunnet representerer seg for seg selv på, det er både publikum og aktør.<sup>43</sup>

Et gjennomgangstema hos Walter Benjamin er hvordan massemedienes og reproduksjonsteknikkenes tidsalder svekket de mediale strukturene som muliggjorde de distinksjoner mellom privat og offentlig, kunstner og publikum, kunst og underholdning, høy og lav, original og kopi, som kunstinstitusjonen livnærte seg av. Hos ham er det imidlertid et demokratiserende og ikke minst refleksivt potensial

---

43 Durkheim 1960.

i de nye teknologiene. Det er først under et medieregime preget av absolutt sammenfall i tid, men uten sammenfall av rom, at de klassiske distinksjonene entydig blir avleggs. Hva som til syvende og sist står på spill, er tidens former.<sup>44</sup> Medieplattformenes økonomi drives av brukernes umiddelbarhet og affekt, ikke offentlig refleksjon og verbalisering.

Et kjent eksempel på dette er Jason Russels *Kony 2012*, den første videoen med mer enn en million seere på YouTube. Et affektivt fellesskap ble mobilisert gjennom Russels intervensjon på plattformen. Videoens ytterst sentimentale fremstilling av internettets globale – og ikke minst i dens estetikk påtagelig egalitære – forbrukersamfunn var effektiv nok til å utløse en amerikansk militær intervensjon i Uganda for å arrestere krigsherren Joseph Kony.<sup>45</sup> Affektive fellesskap av denne typen som er gjort mulig av plattformer og sosiale medier, er entusiastiske, men også amorfe enigheter. Begivenhetsdrevne, reaktive og momentane er de per se verken er gode eller onde, men fungerer som overindividuelle samlinger av individer som med Stage og Knutsens ord handler kollektivt og utløser effekter som kun er mulige i internettets sanntid.<sup>46</sup> Men om de dannes som singulariteter, har de også vist seg i stand til å nedfelle seg i mer robuste nettverk knyttet til konspirasjonsteorier og alternative epistemologier, med klare fellestrekk med religiøse grupper.<sup>47</sup> Som vekkelsesbevegelsene leverer de følelser av *connectedness*, et ord som beskriver både gaming-miljøers online-erfaringer så vel som brukere av Instagram, chat-rooms og selvhjelpsfora.<sup>48</sup> Billedstrømmenes innholdsløshet til tross, det handler om å følge med, få vite hva som skjer, bli oppdatert, virkemåten er affektiv, ikke refleksiv.

---

44 Lund 2021.

45 Kony-videoen analyseres i Chun 2017: 29ff.

46 Knutsen & Stage 2015: 30.

47 Dyrendal & Emberland 2019.

48 Poell, Nieborg & van Dijck 2018; Jagoda 2017.

## Hverdageestetikken og dens læreprosesser

Et klassisk argument fra den moderne estetikk er at kunst er grensebrytende: Kunst blir kunst i det den viser oss det usette og det uhørte. Dens erkjennelsesmessige potensial ligger i å bryte med etablerte kognitive mønstre; dermed blir verden større og livet mer intenst. I kritikken av vareestetikken ble dette fremført som argumenter for kunstens kritiske kraft; den er per kontrast i stand til å avkle varene deres falske skinn. Varenes estetikk, heter det, tilbyr oss det vi allerede kjenner, det vi har likt og vil ha mer av, vi tilbys en repetisjon av det samme, klisjeer og kitsch. Disse forteller oss hva vi allerede vet, de skaper gjenkjennelse fremfor erkjennelse. «Kunsten» derimot lærer oss andre ting og gjør oss dermed til noen andre. Til tross for at dette har blitt forfektet som en subversiv innsikt i kritisk estetikk i et århundre, er det ikke desto mindre en innsikt reklamebyråene lenge har høstet fruktene av – reklamen er avhengig av å fange oppmerksomhet, den må vise noe usett. Dette er også vareestetikkens egenart, den er estetisk forlokkende for å få kunden til å handle. Den virker affektivt. Charles Baudelaires betraktninger over moten fra midten av 1800-tallet viser at denne innsikten er jevngammel med modernismen, og neppe til å skille fra denne. Baudelaires nye begrep *modernité* underminerte allerede den gang de krystallklare distinksjonene mellom vare og verk. Modernitetens begrep om moten forener forventningen om noe kjent med det stimuli som ligger i det usette og uhørte. Og den tar estetikken ut av kunsten og plasserer den i sentrum for hverdagslivet.<sup>49</sup>

Med plattformøkonomien har nye estetiske praksiser rykket inn i hverdagen. Skjermenes grensesnitt er estetiske snarere enn diskursive, de vekker affekter snarere enn refleksjon (om de tvinger oss til å tenke etter, er det et tegn på at de er dårlig designet). Plattformøkonomien setter slik spørsmålet om «hverdagslivets estetikk» på dagsordenen.

---

49 Baudelaire 1987 [1863]: 101.

Nå har begrepet flere betydninger og utvikles parallelt i forskjellige teoretiske tradisjoner. Generelt betegner det omgivelsenes eller miljøets estetikk. Det handler ikke om å reetablere romantikkens gamle naturestetikk hvor det dreide seg om å felle smaksdommer over hager, landskap og omgivelser. I stedet handler det om å utvikle kritiske estetiske perspektiver på fenomener som ikke hører hjemme i kunstsfæren, men som like fullt har sanselige kvaliteter som gjør at de i neste omgang utløser affekter, følelser og opplevelser som kan bearbeides til innsikter. Inspirert av fenomenologien retter hverdagslivsestetikken søkelyset mot hverdagens estetiske miljøer, og mot læreprosessene de stimulerer. Hverdagens erfaringer og deres ledsagende estetiske praksiser utvikles her som et korrektiv til en høykunst som deltar i den ideologiske overbygningen ved å insistere på et estetisk skille mellom det åndelige kontemplative eventuelt det radikalt overskridende på den ene siden og det miljø- og stemningsskapende i hverdagen på den andre.<sup>50</sup>

Hverdagslivsestetikken er innrettet mot en kartlegging av den sosiale reproduksjonens former i hverdagslivets estetikk og følelsesstrukturer, altså mot hvordan fellesskapsdannende prosesser under kapitalismen gis form av, fordobles av og inngår i en vareøkonomi. I en slik analyse er, som Benjamin påpekte, sontringen mellom høykunst og hverdagslivets estetiske praksiser en sekundær, sågar ideologisk realitet. Benjamin fastholder imidlertid et komplekst dobbelt perspektiv. På den ene siden insisterer han på en *kritisk* analyse av hvordan hverdagslivet er resultatet av infrastrukturer det samtidig også koloniseres av, på den andre siden fastholder han at hverdagslivets praksiser like fullt rommer kritiske potensialer.<sup>51</sup> Man kan altså ikke slutte fra at kunstverket har blitt irrelevant som kategori, til at den kritiske estetikken har

---

50 Dette er ikke stedet for å gå inn i hverdagslivsestetikkenes forskjellige retninger, referansepunktene i denne artikkelen er primært Lefebvre 1977 [1947], de Certeau 1969 og Heller 1981.

51 Benjamin 2014 [1936].

blitt irrelevant. Den forutsetter imidlertid et kritisk og reflekterende publikum, det Habermas i sin tid omtalte som offentlighet.<sup>52</sup>

Offentlighet innebærer produksjon av dannelsesfellesskap, ikke i betydningen åndelig kultiveringsprosess, men som den felles kompetansebyggingen som er nødvendig for å utvikle erfaringer og etablere en horisont av felles interesser. Det handler ikke kun om å forståelse i ordets mest minimale betydning av det å kunne gjøre bruk av en teknologisk mest grunnleggende funksjoner, men om å ha innsikt i dens virkemåter, og å kunne reflektere over disse og dermed også kunne vurdere dem, samt om å være i stand til å utveksle disse erfaringene med andre og slik kunne forholde seg med et minimum av kritisk distanse til de medieøkologier man velger å delta i. Samtidig tyder mye på at strømmen av nye applikasjoner, deres omløpshastighet og deres alltid skiftende grensesnitt vanskeliggjør den kompetansebygging – både individuelt og felles – som er et premiss for at dannelsesfellesskap skal oppstå. Affektøkonomiene plattformene kapitaliserer på, er langt mer i tråd med verdensvevens mikrotemporaliteter enn de er med den kritiske refleksjonens langsomme tid. Verdensvevens realitet er rastløst interaktiv, ikke refleksiv.

## Kulturpolitikk på plattformenes vilkår?

Smarttelefonen har ikke kun endret omgangen med våre nærmeste, den har også forenklet tilgangen til kunst og kultur og gjort det enkelt for mange å ta del i ulike estetiske praksiser. Samtidig har den gjort skillene på innholdssiden uklare: På samme håndholdte skjerm kan vi i dag se videosnutter fra naboenes ferier, instruksjonsfilmer i ølbrygging, polske TV-serier, festspillkonserter live eller forelesninger. Listen er

---

52 Habermas 1971 [1962]. Warner 2001 redegjør opplysende for de semantiske forskjellene mellom «public» og «Öffentlichkeit» og hvordan de to termene uttrykker to forskjellige politiske historier.

endeløs, men fellesnevneren er mediet. I dag får nær sagt hele kunst- og kulturhistorien plass på telefonen; det som ikke er tilgjengelig digitalt, står i fare for å bli glemt. Hverdagsrealiteten er kulturkonsum per TV-skjerm, mobil eller PC, med flere skjermenheter per bruker. Etter strømmetjenestenes fremvekst ser vi film på annen måte enn tidligere, og musikken brukes annerledes. Produsentene får ikke betalt per fysisk enhet, men per klikk og strømmetid. Og kunststoffentligheten og dens publikum har blitt til brukere hvis feedback begrenser seg til likes og fordeling av stjerner, om da ikke lange følelsesladede utbrudd får utløp i et kommentarfelt – de være seg panegyriske eller utskjellende (mangelen av midt-på-treet-vurderinger er i seg selv et symptom på den affektøkonomi som preger de nye mediene).

Når kunsten blir et element i hverdagslivestetikken, gjenoppvekker det på interessant vis en gammel norsk kulturpolitisk distinksjon, skillet mellom aktivitetskvalitet og produktkvalitet, som i vår forbindelse kan formuleres som en distinksjon mellom aktivitetskultur på den ene siden og kvalitetskultur på den andre. I kulturmeldingen fra 1973, *Om organisering og finansiering av kulturarbeid*, skilles det mellom «kulturell egenaktivitet» og «profesjonell kunst». Her handler det blant annet om *hvem* som står for den kulturelle aktiviteten, hvem som skal involveres, og i hvilke sammenhenger, men distinksjonen aktiviserer også mer grunnleggende spørsmål om kunsten oppgave og sosiale funksjon: Hva kan kunsten gjøre? Hva er det som skiller kunst fra andre estetiske praksiser? I likhet med all annen politikk handler også kulturpolitikk om styring – det handler om å styre kunst- og kulturfeltet i retning av bestemte mål, og siden fellesskapets ressurser alltid vil være begrensede, må kulturpolitikken nødvendigvis prioritere. Kvalitet har lenge vært et sentralt kriterium for statlige tilskudd til kunst og kultur. I kulturmeldingen *Kulturens kraft* fra 2018 er et hovedmål et fritt og uavhengig kulturliv som skaper «kunst- og kulturuttrykk av ypperste kvalitet». Kunsten antas med andre ord å inneha noen særlige egenskaper – noen særlige *kvaliteter* – som skiller den fra andre estetiske praksiser, eller fra andre sanselige uttrykksformer.

Plattformøkonomien gjør kunsten til en vare på lik linje med alle andre varer. Kunsten inngår i de store teknologifirmaenes salg av tjenesteytelser til et marked hvor den skal dekke ymse former for sanselege behov. Om estetikkens funksjoner primært er terapeutiske, settes en kontekst som redefinerer kunstbegrepet. Det som teller, er velbehaget og intensitetene kunsten måtte produsere, ikke de erkjennelsesmessige innsiktene den måtte frembringe. Om kunstens primære mål er «å berolige sjelen», oppløses etablerte smakshierarkier og kvalitetsparadigmer. Spørsmålet er ikke om noe er godt i seg selv, men om det fungerer til sitt bruk. Når målet er å skape «hygge» og «velvære», er kitsch godt nok. For plattformøkonomien er det irrelevant om noe vurderes å være kunst eller kitsch. Slik sett er plattformenes praktiske realitet på høyde med hverdagslivskritikken hvor skillet mellom høykunst og hverdagslivets estetiske praksiser er en sekundær, sågar ideologisk realitet. Markedets imperativ er mest mulig konsum, altså en maksimalisering av den tiden av døgnet brukerne er påkopleet. Som Ina Blom har påpekt, er vår oppmerksomhet i den våkne nåtiden ressursen plattformkapitalismen utnytter. Søvnens blir dermed det siste tilfluktsstedet fra presset om å konsumere – selv om teknologiselskapene skal være i gang med å utvikle søvnsensorer som gjør det mulig å fortsette datainnhøstingen mens vi sover.<sup>53</sup>

Hvilke estetiske praksiser skal kulturpolitikken prioritere hvis kunst- og kulturfeltet i økende grad handler om konsum, hvis estetisk kvalitet ikke lenger er et relevant kriterium for utvelgelse? Hvilket handlingsrom har i det hele tatt kulturpolitikken i den digitale produksjonens tidsalder? Kunnskap er viktig for styring, men i dag er det ikke politikken, men produsentene av konsumvarene og ikke minst distributørene – plattformleverandørene – som sitter med mest og best informasjon om feltet, den faktiske bruken og økonomien i denne. Statistikken har siden dens oppfinnelse ikke bare har vært et viktig redskap for staten, men også noe staten mer eller mindre har hatt monopol på. Det er

---

53 Blom 2020: 32. Se også Google u.å.



ikke lenger situasjonen. Hva betyr det rent kulturpolitisk at andre enn de bevilgende myndigheter sitter med mest og best informasjon? Og hva gjør det med den skandinaviske ideen om staten som forvalter av kulturfeltet at dets infrastruktur forvaltes av oversjøiske selskaper, eller opptrer på plattformer som eies av kommersielle interesser? Lar det seg overhodet gjøre på et generelt nivå å tenke noe slikt som en kulturpolitikk som forholder seg til en digital realitet, ettersom temporaliteten i kretsløpet, de politiske beslutningsprosessene, er og bør være betydelig langsommere enn omløpshastigheten til de teknologiene som de er ment å legge til rette for? Hvor adekvate er etablerte kategorier, statistikker og politiske virkemidler for å beskrive og håndtere den nye situasjonen? Eller for den sakens skyld, våre etablerte forestillinger om sammenhengene mellom demokrati, fellesskapsbygging og offentligheter?

Forsinkelser, feiladresseringer og kanalstøy preger all kommunikasjon. Nedetid forsvant ikke med mega-computere, bytenes materialitet viser seg i *lags* – alle er kjente med bilder som hakker eller fryser –, og *virus* og *bugs* er fortsatt et problem. Ethvert system kommer med innebyggede dysfunksjonaliteter, selv «smarte» teknologier med selvlærende algoritmer. Som den franske urbanisten Paul Virilio i sin tid påpekte, besitter alle teknologier sine særlige former for ulykker, og økt kompleksitet fører alltid til økt risiko.<sup>54</sup> Dette er kanskje en mager trøst, men kan paradoksalt nok løftes frem som en ressurs for å vinne distanse til plattformene, det tjuedeførste århundrets «megamasjiner», selv om det for øyeblikket kan være vanskelig å få øye på helt hvordan.<sup>55</sup>

---

54 Virilio 2006.

55 En takk til mine medredaktører Anne Ogundipe og Øyvind Prytz for deres kritiske og nitide tilbakemeldinger på denne artikkelen i dens forskjellige varianter. De har reddet meg fra mang en feil, arrestert meg i en rekke påstander og tvunget meg til å revidere mange av resonnementene. Ansvar for at de neppe helt har lyktes å holde meg fra feil og urimeligheter, er helt og holdent mitt eget.

## Litteratur- og kildeliste

- Adorno, Th.W. (1962). Versuch das Endspiel zu verstehen. I T.W. Adorno, *Noten zur Literatur 2*. Suhrkamp.
- Adorno, Th.W. (2021 [1970]). *Estetisk teori*. Vidarforlaget.
- Althusser, L. (1969 [1961]). *For Marx*. Forlaget Ny Dag.
- Amazon (u.å.). *Cloud Computing Services – Amazon Web Services*. Hentet 15. august 2022 fra <https://aws.amazon.com/>
- Baudelaire, C. (1987 [1863]). Det skjønnne, moten og lykken. I C. Baudelaire, *Kunsten og det moderne liv* (s. 101–194). Solum.
- Baudrillard, J. (1991 [1982]). *I skyggen av de tause majoriteter*. Cappelen.
- Benjamin, W. (2014 [1936]). Kunstverket i tidsalderen for dets tekniske reproduserbarhet. I W. Benjamin, *Skrifter*. Vidarforlaget.
- Bhatia, A., Yusuf, Z., Ritter, D. & Hunke, N. (2017, 29. juni). Who Will Win the IoT Platform Wars? BCG. <https://www.bcg.com/publications/2017/technology-industries-technology-digital-who-will-win-the-iot-platform-wars>
- Blom, I. (2020). Informasjon, maskiner og estetikk. I J. Lund & U. Schmidt (red.), *Medieestetik: En introduktion* (s. 25–40). Samfundslitteratur.
- Bourdieu, P. (1995 [1979]). *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Pax.
- Bowker, G.C., Baker, K., Millerand, F. & Ribes, D. (2010). Toward Information Infrastructure Studies: Ways of Knowing in a Networked Environment. I J. Hunsinger, L. Klastrup & M. Allen (red.), *The International Handbook of Internet Research* (s. 97–117). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9789-8\\_5](https://doi.org/10.1007/978-1-4020-9789-8_5)
- Bratton, B. (2015). *The Stack. On Software and Sovereignty*. The MIT Press.
- de Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien 1. Arts de faire*. Gallimard folio.
- Chun, W.H.K. (2017). *Updating to Remain the Same*. The MIT Press.
- Crary, J. (2014). *24/7*. Verso Books.
- Deleuze, G. & Guattari, F. (2002 [1972]). *Anti-Ødipus. Kapitalisme og schizofreni*. Spartacus.

- Durkheim, É. (1960 [1912]). *Les formes élémentaires de la vie religieuse*. PUF.
- Dyrendal, A. & Emberland, T. (2019). *Hva er konspirasjonsteorier*. Universitetsforlaget.
- Eco, U. (1994, 30. september). La Guerra Santa: Mac Contro PC. *L'Espresso*.
- Foucault, M. (2002 [1986]). Omnes et singulatim. I M. Foucault, *Forelesninger om regjering og styringskunst*. Oslo.
- Galloway, A. (2010). Mass media. I W.J.T. Mitchell & M.B.N. Hansen (red.), *Critical Terms for Media Studies*. The University of Chicago Press.
- Google (u.å). *Nest Hub (2. generasjon)*. Hentet 3. august 2022 fra [https://store.google.com/product/nest\\_hub\\_sleep\\_sensing?hl=no](https://store.google.com/product/nest_hub_sleep_sensing?hl=no).
- Greenberg, C. (1961). Modernist painting. *Arts Yearbook*, 4.
- Grüters, R. & Eliassen, K.O. (2017). Medieøkologien i SKAM. *Nordisk Tidsskrift for Informationsvidenskab og Kulturformidling*, 6(2), 60–66. <https://doi.org/10.7146/ntik.v6i2.99078>
- Habermas, J. (1971 [1962]). *Borgerlig offentlighet*. Gyldendal.
- Heller, A. (1981). *Das Alltagsleben: Versuch einer Erklärung der individuellen Reproduktion*. Suhrkamp.
- Jagoda, P. (2017). *Network Aesthetics*. The University of Chicago Press.
- Jonvik, M., Røssaak, E., Stien, H.H. & Sunnanå, A. (2020). *Kunst som deling, delingens kunst*. Fagbokforlaget.
- Kenney, M. & Zysman, J. (2016). The Rise of Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 32(3). <https://issues.org/rise-platform-economy-big-data-work/>
- Kittler, F.A. (1985). *Aufschreibesysteme 1800–1900*. Wilhelm Fink.
- Kittler, F.A. (1986). *Grammofon, Film, Typewriter*. Brinkmann & Bose.
- Knutsen, B.T. & Stage, C. (2015). *Affective methodologies: Developing Cultural Research Strategies for the Study of Affect*. Palgrave Macmillan.
- Lefebvre, H. (1977 [1947]). *Critique de la vie quotidienne*. Gallimard.
- Lund, J. (2020). Tid. I J. Lund & U. Schmidt (red.), *Mediæestetik: En introduktion* (s. 131–146). Samfundslitteratur.
- Mauk, B. (2013, 20. august). The Work of Art in the Age of Amazon. *The New Yorker*. <https://www.newyorker.com/business/currency/the-work-of-art-in-the-age-of-amazon>

- McGurl, M. (2021). *Everything and Less. The Novel in the Age of Amazon*. Verso Books.
- McLuhan, M. (1968 [1964]). *Mennesket og media*. Gyldendal.
- Medium (u.å.). I *Det Norske Akademis Ordbok*. Hentet 25. juli 2022 fra [https://naob.no/ordbok/medium\\_1](https://naob.no/ordbok/medium_1)
- Mitchell, W.J.T. & Hansen, M.B.N. (2010). *Critical Terms for Media Studies*. The University of Chicago Press.
- Musil, R. (1978). *Der Mann ohne Eigenschaften: Aus dem Nachlaß*. Ernst Rowohlt Verlag.
- Nett (1947). I T. Knudsen & A. Sommerfeld, *Norsk Riksmålsordbok II:1*. Aschehoug.
- Nguyen, C. (2002). Interpellation. *The Chicago School of Media Theory*. <https://lucian.uchicago.edu/blogs/mediatheory/keywords/interpellation/>
- Peters, J.D. (2010). Mass media. I W.J.T. Mitchell & M.B.N. Hansen (red.), *Critical Terms for Media Studies*. The University of Chicago Press.
- Rancière, J. (2012 [2000]). *Sanselighetens politikk*. Cappelen Damm.
- Russ, C. (2007). Online Crowds: Extraordinary Mass Behaviour on the Internet. *Proceedings of I-MEDIA '07 and I-SEMANTICS '07*. <https://ssrn.com/abstract=1620803>
- Røssaak, E. (2020). Infrastruktur. I J. Lund & U. Schmidt (red.), *Medieæstetik: en introduktion* (s. 193–220). Samfundslitteratur.
- Sanntid (2020, 22. august). I *Store norske leksikon*. Hentet 25. juli 2022 fra [https://snl.no/sanntid\\_-\\_IT](https://snl.no/sanntid_-_IT)
- Sennett, R. (1977). *The Fall of Public Man*. Knopf.
- Serres, M. (1980). *Le Parasite*. Grasset.
- Sheetz, M. (2021, 1. november). Amazon plans to launch its first internet satellites in late 2022. *CNBC*. <https://www.cnbc.com/2021/11/01/amazons-project-kuiper-launching-first-internet-satellites-in-q4-2022.html>
- Srnicek, N. (2017). *Platform Capitalism*. Polity Press.
- Stage, C. (2013). The online crowd: A contradiction in terms? On the potentials of Gustave Le Bon's crowd psychology in an analysis of affective blogging. *Distinktion: Journal of Social Theory*, 14(2): Postmodern

- Crowds: Re-Inventing Crowd Thinking*, 221–226. <https://doi.org/10.1080/1600910X.2013.773261>
- Stone, B. (2013). *The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon*. Little, Brown and Company.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity. A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Virilio, P. (2007). *The Original Accident*. Polity Press.
- Warner, M. (2001). *Publics and Counterpublics*. Zone Press.
- Weizer, M. (1991). The Computer for the 21<sup>st</sup> Century. *Scientific American*, 265(3). <https://www.ics.uci.edu/~corps/phaseii/Weiser-Computer21stCentury-SciAm.pdf>
- Wigley, M. (2006). Network fever. I W.H.K. Chun & T. Keenan (red.), *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. Routledge.
- Williamson, D.A. (2022, 8. mars). TikTok is eating into YouTube's dominance – here's what marketers should know. *Insider Intelligence*. <https://www.insiderintelligence.com/content/tiktok-youtube-marketers>



# Analogiseringen av det digitale. Dramaturgi i unntakstilstand

Tore Vagn Lid

Scenekunstens dramaturgiske «livsverden» har i for liten grad tatt inn over seg konsekvensene av en livsverden hvor det digitale for lengst har tapt sin teknologiske fascinasjonskraft og i stedet blitt til en mer eller mindre selvfølgelig del av mellommenneskelig kommunikasjon og erfaring. Denne gradvise, men fundamentale prosessen kaller jeg en «analogisering av det digitale», og det er de estetiske og dramaturgiske implikasjonene og mulighetene som prosessen fører med seg for kunsten generelt og scenekunsten spesielt, jeg undersøker i denne artikkelen. Utgangspunktet for refleksjonene er mitt eget kunstneriske virke som teaterregissør, og mer konkret erfaringene fra arbeidet med forestillingen 03:08.38 Tilstander av unntak.

(Fra søknadstekst til Norsk kulturråd, 17. april 2020)

Den som forsker på et bestemt fenomen under en unntakstilstand, tar en betydelig risiko: Der normaltstanden gir forskningsarbeidet ro og stabilitet, sørger unntakstilstanden for det motsatte. Situasjonene er uoversiktlige, og virkeligheten kaster om på seg. Premissene for diskurs og innhenting av nødvendig empiri skifter ofte fra dag til dag, uke til uke, på måter

som gjør nøktern analyse og systematisk overveielse krevende. Karl Marx' bemerkning fra *Louis Bonapartes attende brumaire* (1852) om at historien gjentar seg «første gang som tragedie, andre gang som foreldet farse»,<sup>1</sup> har en tendens til også å gjelde forsøk på å skrive om framtid fra innsiden av en dramatisk krisesituasjon. De bastante spådommene slår sjelden til; revolusjonene lar vente på seg, entusiasmen og frykten virker snart like fjern og overdreven som krisens oppriktige patos virker pate-tisk. Ikke desto mindre er det i unntakstilstanden at strukturer blir synlige. Vaner og automatiserte handlingsmønstre blir porøse og transparente. Under unntakstilstanden skubbes etiske og økonomiske prioriteringer ut og fram i offentlighetens rampelys: Hva som har verdi; hva som gjelder og ikke gjelder, som skal prioriteres eller ikke; hva som er slitesterkt og hva som kollapser; hva og hvem som egentlig er «samfunnskritisk(e)» eller som ikke er det; hva som skal få fortsette, og hva vi må kunne klare oss uten. Slik – for å overføre og samtidig utvide en dramaturgisk term fra Brecht – *underliggjør* (av tysk «verfremden») unntakstilstanden ikke bare maktens, men også avmaktens anatomi og gir med det forskningen en mulighet som normaltstanden ikke kan gi. Spørsmål kan stilles som ikke tidligere så lett lot seg stille. Legitimitet bringes i spill, også kulturpolitisk. Det samme gjør rutiner og etablerte (for)ordninger. Historien har gang på gang vist at kriser framprovoserer endring. Ideelt sett blir dermed forskning i krisens sanntid også en anledning til å påvirke viktige valg som vil måtte tas – kulturpolitiske så vel som kunstneriske.

## Metodisk forutsetning – april/mai 2021

Et premiss for denne teksten – metodisk som prosessuelt – har vært en kontinuerlig bevegelse mellom kunstrom og skriverom. Jeg har

---

1 Egen oversettelse fra Marx 1885: 7. Hele sitatet er slik: «Hegel bemerkte irgendwo, daß alle großen weltgeschichtlichen Tatsachen und Personen sich so zu sagen zweimal ereignen. Er hat vergessen hinzuzufügen: das eine Mal als große Tragödie, das andre Mal als lumpige Farce.»



stått «midt i» det kunstneriske arbeidet, samtidig som jeg – etterpå – har trukket konsekvenser i form av systematisk tekst. I dette «etterpå» ligger det ikke en enveis (kunst)vitenskapelig tilnærming, hvor den bærende dramaturgien ligger i å la skriften avslutte «kunstverket» og la det stå uforandret tilbake. Rollen min som regissør for (og utøver i) to kunstneriske arbeid, som har løpt parallelt med det teoretiske forskningsarbeidet som ligger til grunn for denne teksten, har snarere gitt rom for en utveksling eller dialektikk hvor tekstarbeid og arbeid med kunstneriske prosesser på ulike måter har kunnet informere hverandre gjensidig, det vil si som et metodisk vekselbruk hvor de dramaturgiske implikasjonene – kunstnerisk forskning og forskning om kunst – går begge veier. Forestillingene det er snakk om, er *03:08.38 Tilstander av unntak*, realisert og presentert under rammene av Transiteatret-Bergen, og *Tolvskillingsoperaen*, en oppsetning av Bertolt Brechts og Kurt Weills 1928-klassiker på Det Norske Teatret som i skrivende stund fremdeles venter i uvisshet på sin «post covid-19»-premiere. I denne teksten er det i første rekke *03:08.38 Tilstander av unntak* som skal utgjøre det empiriske – erfaringsbaserte – grunnlaget.

Oppsetningen av *Tolvskillingsoperaen* med planlagt premiere 25. april 2020 ble først avbrutt i mars 2020 og deretter en uke før den nye planlagte premieren, i november samme år. En premiere ble like fullt gjennomført i november på Det Norske Teatrets store scene, men da helt uten tilskuere – og kun med regissør, teatersjef, scenograf og direktør til stede i salen. Et tredje forsøk på premiere med tilskuere ble stoppet i februar 2021. Tilsvarende ble spillesituasjonen for forestillingen *03:08.38 Tilstander av unntak* radikalt forandret på grunn av restriksjoner knyttet til publikum og smittevern. Gjestespill i utlandet ble avlyst og utsatt, og det scenografiske konseptet mitt ble endret for å hindre at aktører i forestillingen skulle komme nær tilskuere, eller at tilskuere selv skulle komme nær hverandre.



➤ Bilde 1 03:08.38 Tilstander av unntak på Logen, Det Vestnorske Teatret, januar 2020.

## Refleksiv dramaturgi

Et adekvat begrep om dramaturgi må etter min mening hele tiden forsøke *refleksivt* å få grep om hvordan krefter så å si «utenfor» scenerommet virker (refleksivt) tilbake på et kunstverks dramaturgiske spenningsgehalt. Med refleksivt menes en dramaturgisk blikkvinkel hvor det spørres (selv)kritisk etter faktorer som virker bestemmende inn på kunstneriske valg, men som ikke adekvat er del av scenekunstnerens



➤ Bilde 2 Fra den lukkede premieren på *Tolvskillingsoperaen* på Det Norske Teatret, november 2020.

eller kunstinstitusjonens etablerte språk og faglighet.<sup>2</sup> I lys av en slik dramaturgisk analyse kan alt fra automatiserte valg av prøvestruktur, plakattrosedyrer eller teaterprogram fort vise seg å ha en større (dramaturgisk) betydning for en forestillings virkning enn de kalkulererte konseptuelle valgene av fortellerteknikk, eller av visuell og musikalsk oppbygging. Under arbeidet med denne teksten ble det tydelig for

---

2 Se Lid 2019.

meg i hvor stor grad den samme dramaturgiske logikken særpreger et forskningsprosjekt som uke for uke, måned for måned, skjer innenfor de (makro)dramaturgiske rammene av en global pandemi med stadige omslag, vekslinger og endrede forutsetninger.

Sett fra «innsiden» av et kunstbasert forskningsprosjekt har det vært interessant hvordan selve skriveprosessen her spiller konkrete erfaringer gjort på scenen eller i prøverommet. I dagene før nedstengningen av norske teaterinstitusjoner var jeg som regissør midt i de innledende prøvene til Det Norske Teatrets oppsetning av *Tolvskillingsoperaen*. Teatrets sikkerhetsansvarlige plasserte da store mengder håndsprit rundt omkring i scenerommet. Som fremmedobjekter i scenografien fremsto flaskene umiddelbart som visuelle spenningsmoment som det kunstneriske teamet – oppriktig og der og da – diskuterte å la inngå som objekter i selve forestillingen. Men da det samme prøverommet åpnet opp igjen etter første nedstengning (midlertidig – skulle det vise seg), framsto disse flaskene like så trivielle som ideen om å bruke dem i forestillingen framsto spenningsløs. Strukturlikhetene som her oppstår mellom kunstnerisk prøveprosess og refleksiv skriveprosess, har derfor ikke bare gjort det meningsfylt, men også vesentlig å snakke om *forskningens og den vitenskapelige diskursens dramaturgi*. Heller enn en avrundet tekst som reflekterer retrospektivt, velger jeg derfor – så langt som mulig – å vise prosessen som dokumenterte tilbakeblikk på ulike faser. Dette for å kunne vise i hvor stor grad perspektiver på (scene) kunstens dramaturgi er – og i tiden framover også vil kunne komme til å bli – betinget av unntakstilstandens stadig vekslende dramaturgi(er). Jeg beskriver det som fire dramaturgiske faser.

## I Unntakstilstand som dramatisk mulighet (februar–mars 2020)

De første skissene til denne teksten er arbeidet ut i en krisetid hvor det er tydelig hvordan teaterkunstens institusjoner blir overrumplet av

den nedstengningen som de politiske koronatiltakene fordrer. Slik jeg ser det, er teatrenes første reaksjon – eller refleks – på nedstengningen ikke utelukkende et symptom på scenekunstens sårbarhet som «kollektiv» kunstform i en unntakstilstand som altså i høyeste grad involverer forfatteren av denne teksten. Nedstengninger, permitteringer og avlysninger peker også på en scenekunst som over flere tiår ikke tilstrekkelig har tatt inn over seg en langsom, men like fullt fundamental endring i vårt forhold til det digitale som konkret livsverden; altså som en stadig mer selvfølgelig del av en hverdag som dramaturgisk sett vil måtte virke bestemmende i møte med enhver forestilling – enhver estetisk erfaring. Det er dette jeg velger å kalle analogiseringen av det digitale; at digitale teknologier og medier i stadig større grad blir en del av vår analoge hverdag, og dermed også av vårt estetiske erfarings- og handlingsrom. Det digitale er her ikke en egen virkelighet som vi enkelt kan velge å oppsøke eller forlate. At de store teatrene først og fremst reagerer på nedstengningen ved å vise intern video-dokumentasjon av tidligere forestillinger over internett, er slik jeg ser det nettopp et symptom på en slik langvarig digital fortregning: Det digitale, nettet, de sosiale mediene, er ikke allerede implementerte i den dramaturgiske tenkningen, men gripes til som noe «utenfor», noe «ekstra». I andre deler av kunstfeltet følges den første nedstengningen av en digital forventning på grensen til entusiasme. Parallelt med omlegging til digital undervisning ved universiteter og høyskoler møtes allerede eksisterende applikasjoner som Zoom, Skype og Teams med en plutselig estetisk interesse. Lesninger av dramatisk tekst flyttes til nettforum, Kringkastingsorkesterets musikere spiller «Bojarenes inntogsmarsj» fra sine respektive badekar og balkonger. Den digitale problemløsningen synes å bli til estetisk verdi i seg selv; en teknologiens triumf, eller (desperate) seier over en tilstand av unntak som ingen enda kan overskue rekkevidden av.

## II Unntakstilstand som gryende normal-tilstand (april–september 2020)

I den andre fasen av arbeidet med denne teksten blir det – samtidig som nedstengningen varer ved – gradvis tydelig hvordan en *digital utmattelse* slår inn og erstatter fascinasjonen for digitale løsninger og plattformer for kommunikasjon. Begeistring over orkester og band som bruker Zoom og Skype til å spille symfonisk musikk og popsanger sammen fra hver sitt improviserte hjemmekontor, visner gradvis i retning av noe parodisk. Samtidig blir forsøk på de første digitale premierene i krisetid i stor grad opplevd og omtalt nettopp som digitale nødløsninger.<sup>3</sup> Parallelt kan en motgående bevegelse eller reaksjon observeres hvor stadig flere teateraktører vender seg kritisk mot «digitaliseringen» til fordel for et perspektiv på scenekunsten som grunnleggende «antidigital» i betoningen av «egentlig» og «ekte» scenekunst som noe som skjer mellom mennesker, samtidig og i samme rom.<sup>4</sup>

Dette blir situasjonen for den første presentasjon av det forskningsprosjektet som denne teksten springer ut av. Rammen er et åpent digitalt Zoom-foredrag som sendes direkte 6. mai 2020 fra Transiteatret-Bergens prøvelokaler og med scenografien til forestillingen *03:08.38 Tilstander av unntak* som ramme. Selve manuskriptet følger under, satt i egen font. Et opptak av hele presentasjonen finnes her:

<https://vimeo.com/415849954>

---

3 Ribe 2020.

4 Berger 2020.

## Analogiseringen av det digitale

[6. mai 2020 kl. 14.00]

### Tidlige tegn på digital utmattelse

Bare for få uker siden lå det en helt egen spenning, kall det gjerne en dramaturgisk forventning, i slike møter som vi nå legger opp til. Det vil si: digital formidling, alle bak hver sin skjerm, fra sine private rom, direkte fra sine private liv. Vi var så å si blitt presset i «eksil» av en ny og delt situasjon, en felles krisetilstand, som dermed skapte en dramatisk ramme nærmest rundt alt vi sa og foretok oss. I dag – derimot – er denne dramatiske spenningen mindre. Jeg vet ikke med dere, men jeg har forsøkt å sondere litt, hente inn noen inntrykk, og opplever at for mange er spenningen og tilsvarende iveren erstattet av en slags underlig trøtthet, kanskje til og med en utmattelse. Krisen er nå – 6. mai 2020 – på ingen måte over. Smittetallene kan nå som helst begynne å stige. Ting kan igjen tilspisse seg.

Likefullt: Etter snart to måneders unntakstilstand kan det virke som om fascinasjonen for det digitale og for «nettbasert scenekunst» er erstattet av en *reaksjon* – til og med en voksende motvilje mot «digitale forsøk». Det som i hvert fall er sikkert, er at krisens presens alt har rukket å bli preteritum. Ironikeren *Bare Egil Band* har alt laget sin hysteriske parodi på genren «spill sammen hjemmefra»,<sup>5</sup> og flere steder – nasjonalt og internasjonalt – snakkes det stadig mer om en «tilbakevending» til det «egentlige», «ekte» teatret. Jeg tror at denne reaksjonen – på den ene siden – skyldes kunstens iboende motvilje mot inflasjon. Det vil si: For mange har forsøkt for mye på det samme; for mange har snakket om det samme, samtidig. Det digitale tilbudet virker for lengst å ha sprengt etterspørselen.

På den andre siden er det lett å se hvordan *nærværet* av noe, av et fenomen – i dette tilfelle nærværet av digitale plattformer – alltid, og med nødvendighet, vil komme til å skape *savnet etter noe* annet; det er lett å erkjenne at den negative følelsen av det utilstrekkelige ved «teater på nett»

---

5 DuplexRecords 2020.

også henger uløselig sammen med den positive (gjen)oppdagelsen av hva som da er «viktig» og «essensielt» ved scenekunst overhodet.

## **Nødløsningens dramaturgi**

Her er det unntakstilstandens ekstremsituasjon som etter min mening gir bensinen til (den dialektiske) logikken. Med andre ord: En påtvunget digitalisering på den ene siden – og en like så påtvunget avstengning av all «fysisk» scenekunst på den andre. Et desperat digitalt forsøk på å «svare» på teater-krisen møtes altså her av et like så desperat behov for å slippe unna disse (nettbaserte) løsningene. I andre land og andre språk omsettes ofte ordet «unntakstilstand» med ordet «nødtilstand», og det er her faren ved den prosessen vi nå er inne i, viser seg for alvor: at de digitale sceniske løsningene blir erfart nettopp som *nødløsninger*, og det både av de som lager, de som ser på, og de som diskuterer. For nødløsninger er aldri, og vil heller aldri bli noe fullverdig, men vil snarere hele tiden minne oss om en tid da fullverdige, skikkelige løsninger enda var mulig, og – ikke minst – om tider hvor slike fullverdige, skikkelige løsninger *igjen* skal bli mulig.

Og fra nødløsningen vil også forakten fort kunne gjøre seg (dramaturgisk) gjeldende; digitale kunsteksperiment assosieres da med en krisesituasjon som forhåpentligvis nå endelig ligger bak oss. Og mot den nye horisonten (og det nye håpet) om en snarlig gjenåpning av teatrene, framstår lett «digitaliseringen» og diskusjonen om den som noe bortimot utålelig.

## **Et logisk problem: dialektikk på avveier**

Om jeg har rett i en slik diagnose, er det all grunn til å advare. Og selv om ingenting er sikkert, mener jeg å se flere tegn, flere symptom på et scenario, hvor en presset «digitaliseringsdebatt» ganske snart vil komme til å berede grunnen for en av rendyrking av det «gode gamle» og «analoge».

Slik jeg ser det, vil dette være en dialektikk på avveie: en feilslutning uheldig presset fram av en digital (diskursiv) «overload» på den ene siden, og på den andre av den



avmakten – nærmest skamfølelsen – som teatrene opplevde da de i vår ikke lenger kunne åpne sine dører – både de «institusjonelle» og de «frie».

For å komme i forkant av – og forsøke å motvirke – en slik forhastet «kriselogikk», tror jeg det metodisk kan være viktig å gå tilbake til noen eksempler og erfaringer hentet fra tiden før denne covid-19-våren; erfaringer og innsikter utviklet, presentert og diskutert så å si i scenisk fredstid. For selv om ingenting blir det samme etter pandemien, og avgjørende erfaringer vil måtte trekkes herfra, tror jeg det likevel vil være grunnleggende galt å la diskusjonen om digitaliseringen og teatrets framtid likestilles med de ukene hvor absolutt alle fysiske møter stoppet opp, hvor alle spilte konserter hjemmefra, og hvor alle var tvunget i eksil bak sine ensomme, flate skjjermer.

Forsommeren 2018 dro jeg fra Frankfurt til Oslo med to oppgaver for øye. Sammen med kolleger i Transiteatret-Bergen skulle jeg presentere forestillingen *Highway Hypnosis* under Heddadagene.<sup>6</sup> Samtidig hadde jeg takket ja til å presentere noen tanker på en internasjonal konferanse holdt på Det Norske Teatret og øremerket det – den gang – litt nerdete spørsmålet «digitalisering og scenekunst». Dagen var 8.juni 2018, og det var fryktelig varmt. Tanken var å la teaterforestilling og forskningshypotese spille sammen – så å si måles mot hverandre. Samtidig ville jeg la dette bli opptakten til et helt nytt scenisk prosjekt som tok mål av seg å ta de kunstneriske konsekvensene av tankene som ble lagt fram. Tittelen på det nye prosjektet var *03:08.38 Tilstander av unntak*. Jeg tipper at de fleste av dere ikke var med denne glovarme junidagen for to år siden, hverken på forestillingen eller på konferansen. Samtidig vet jeg at flere av dere faktisk var til stede på forestillingen *03:08.38 Tilstander av unntak* – enten sammen online, eller sammen fysisk nå tidligere i vinter, det vil si like før denne forestillingen om unntakstilstand ble til unntakstilstand som global realitet. Og som alle har erfart, alle vet, og alle snakker om: Så mye har forandret seg på få uker. Spørsmålet om «digitalisering og scenekunst» er ikke lenger

---

6 Festival hvor et utvalg av norsk scenekunst fra innværende år vises på ulike scener i Oslo.

– slik tilfellet var en sommerdag i juni 2018 – fortrenget bakkerst i teaternerdenes og teknologioptimistens ingenmannsland, men har over natten blitt en del av teaterfagets grunnleggende bestanddeler og utfordringer; ikke lenger bare for de få og små, men også for de mange og for de store. Og ikke minst derfor har jeg bestemt meg for å teste, og om mulig utvikle denne juni-2018-hypotesen på nytt. Tanken den gang, som nå, er samtidig en påstand om en prosess eller utvikling som allerede over lang tid har spolt i bakgrunnen, men som kunsten generelt og scenekunsten spesielt har manglet tilstrekkelig «gehør» for. Prosessen kan oppsummeres i en tilsynelatende selvmot-sigende formulering: *analogiseringen av det digitale*.

### **Analogiseringen av det digitale**

Fra en med førstehånds kjennskap til tingene, fikk jeg høre en historie som skal ha blitt fortalt av min navnebror Håkon Lie (1905–2019), Arbeiderpartiets en gang så berømte og beryktede partistrateg. Anekdoten knyttet til valgkampen han ledet midt på 1930-tallet. Strategen Håkon Lie hadde tidlig latt seg inspirere av politiske avantgarde-kunstnere i Tyskland og i det nye Sovjetunionen, og deres bruk av nye teknologiske verktøy i den politiske agitasjonen. For aller første gang skulle bruk av projeksjoner og stumfilm komme til å bli en viktig del av et norsk stortingsvalg. På et valgkampmøte i Sogn, høyt oppe i en avsidesliggende bygd, ble denne nye teknologien tatt i bruk. Det høyteknologiske apparatet sendte bilder gjennom det tettpakkede rommet da en eldre kvinne nærmere nitti med ett reiste seg opp, sjokkert og redd, og utbrøt høyt og skingrende mens hun pekte på den flimrende stumfilmen: «Sjå! Dar går dei på veggen!» I møte med dette nye mediet, i dette ene øyeblikket, ble hele hennes verdensbilde rystet. Den tyngdekraften som bygget opp hennes dagligdagse oppfattelse av verden, ble med et trylleslag snudd på hodet, og linjen mellom det som var virkelig og det som var uvirkelig ble visket ut. I ett enkelt øyeblikk, i ett enkelt sekund av historien, på terskelen til en ny tid, vises her den voldsomme kraften i den teknologiske utviklingen. Og i det den gjør nettopp det, kan den også gi oss et glimt inn de kreftene som gjennom de siste tjuefem årene omtrent – men uten dette ene øyeblikket av sjokk – har kunnet endre vår

verden. Om vi ser for oss at vi – la oss si på akkurat denne dagen i 1995 – hadde trådt over terskelen fra et rom til et annet, bare for hodestups og uforvarende å bli konfrontert med dagens digitale teknologi, kan vi kanskje tenke oss et lignende sjokk, eller i det minste forestille oss et lignende surrealistisk øyeblikk.

Så, hvor tar dette oss?

For meg peker denne historien mot det en kan kalle det dypt psykologiske – eller den dype psykologien i teknologisk forandring. Sagt annerledes: Den teknologiserte verden er nå – slik også den var i tiden før og under den industrielle revolusjonen – vår faktiske verden. Og etter hvert som denne teknologiske verden utvikler seg, vil også vi som lager og setter teknologien i omløp, også endre oss – i takt med teknologien. Og denne endringer er ikke bare et intellektuelt anliggende; heller ikke kun et spørsmål om kunstnerisk «mote» eller «estetisk trend». Snarere går den direkte til kjernen av selve vår virkelighetsoppfattelse, våre tanker, sanser og følelser. Nettopp derfor – og dette får være min påstand: I en tid hvor radikal teknologisk utvikling finner sted – og har funnet sted – er det ingen egentlig vei tilbake! Det er heller ingen vei tilbake for scenekunsten, fordi teknologien ganske enkelt forandrer teatret gjennom at den endrer vår verden; den endrer altså oss. Så, hvis jeg, eksempelvis som regissør, nå lengter etter de gylne tidene med «klassisk teater», som ikke forholder seg til sosiale medier, til LCD-skjermer, FaceTime eller algoritmer, og vil realisere forestillingen min på en scene, så vil det være en handling som nettopp bekrefter det motsatte av det jeg søker å gjøre. Det vil være en handling som bekrefter det som faktisk har skjedd. At virkeligheten faktisk har endret seg.

Hvorfor?

For om jeg i dag, i en forestilling for eksempel velger å bruke en skrivemaskin fra 1987, så vil ikke dere som publikum se og oppleve nærværet av en gjenfødt verden fra 1987.

Det dere derimot vil se, er den samtidige verden til en kunstner, i dette tilfellet meg, som akkurat her og nå velger å «gå retro». (Og dette er jo absolutt en strategi og mulighet som flere ganger har vist seg å være kunstnerisk interessant.) Men, det som er viktig her: Slik tilfellet er det med



➤ Bilde 3 Fra Tore Vagn Lid / Transiteatret-Bergens forestilling *Highway Hypnosis*, 2017.

den «gjenfødte» LP-platen eller den gjenoppdagete plate-spilleren, den som nå dominerer hipsterbutikker rundt omkring i Europa, så representerer ikke skrivemaskinen lenger *sin egen tid*. Nei, det den representerer er tiden hvor jeg – av hvilken som helst grunn – ønsker å «gå tilbake» i historien.

Og dere, som publikum, vil alltid og unngåelig stille spørsmålet – som dere i 1987 ikke ville spurt eller tenkt på å spørre om: Hvorfor, hvorfor gjør han dette? (Hvorfor velger han eller hun å «gå retro»?) Og dette «hvorfor?» vil alltid – på godt og vondt – og fra denne dagen til evigheten, være del av en slik forestillings dramaturgiske virkning.

Samtidig: Nettopp på grunn av de siste tiårenes revolusjonerende digitale utvikling, har også nye muligheter åpnet seg for samtidens (scene)kunst. Med det mener jeg ikke den tvilsomme – men fremdeles høyst virksomme – praksisen det er

å for enhver pris halse etter enhver ny teknologisk innovasjon som dukker opp. Det jeg mener er snarere viljen og evnen til å ta inn over seg i hvilken grad teknologi som bare for få år siden ennå hadde nyhetens stråle-aura, på svært kort tid har blitt «devaluert» til å bli en del av vår mer eller mindre trivielle hverdag. Raskt, og lenge før koronaen, hadde de digitale rommene umerkelig blitt til del av våre hverdagsrom. De buete, trykksensitive LCD-displayene var blitt som vinduer; video-oppringing fra andre siden av kloden, ikke mer enn en hverdagslig hendelse. Og når deviser og software slik som GoPros, Loop-stations, FaceTime, Ableton Live et cetera, nå – og drevet fram av den teknologiske utviklingens ekstreme fart – taper sine flyktige historiske privilegier som noe «helt nytt» og fetisjert; når de ikke lenger representerer en attraksjon i seg selv; da er disse enhetene og applikasjonene endelig frie til å «slappe av», ja til så å si å falle til ro; ikke som noe opphøyd, men nettopp som en ny og naturlig del av vår hverdag – og dermed også av vår teaterhverdag. Og det er denne prosessen jeg mener det er mulig å referer til som en *analogisering av det digitale*.

Dette var den opprinnelige tanken, slik jeg altså forsøkte å formulere den i 2018. Og fordi dette er en tanke som – i hvert fall for meg selv – har blitt viktigere (ikke minst nå under covid-19-tiden), ønsker jeg å forfølge den videre, og jeg vil forsøke å gi et innblikk i hvordan forståelsen av dette fenomenet – denne analogiseringen av det digitale – finner uttrykk og relevans i konkrete kunstneriske arbeid, i en konkret kunstnerisk praksis. Jeg skal stoppe litt ved to slike arbeid: forestillingen *Highway Hypnosis* fra 2017 og Transiteatret-Bergens nye store og pågående prosjekt som jeg har kalt *03:08.38 Tilstander av unntak*.

### **Forsøket *Highway Hypnosis***

I forestillingen *Highway Hypnosis* ble videoen – denne levningen fra 1990-årene – stilt side om side ved pianoet – dette en gang så innovative instrumentet fra 1790-årene. Og mens de stod der, side om side, og mimret seg imellom om «gode gamle dager», forsøkte pianoet å berolige sin langt yngre kollega – videoen – om at hun nå endelig var blitt det instrumentet hun kanskje alltid var ment å skulle være; og at videoen ikke

lenger trengte å prøve så hardt på å være så kul, attraktiv og kostbar, men heller – rolig og verdig – kunne la seg benytte til noe mer fornuftig enn bare å imponere.

Her (via lenken under) inviteres dere til noen få inntrykk fra forestillingen *Highway Hypnosis* – et prosjekt som spiller seg ut som en slags kollektiv Rorschach-test mellom ulike mennesker som bebor langt fra lydette hotellrom, og hvor all kommunikasjon dem imellom, både i forestillingsuniverset og i prøvesituasjonen, hadde som dogme at den alltid foregikk via visualiteten og samtale-logikken til Skype, FaceTime og andre mer eller mindre hverdagslige applikasjoner.

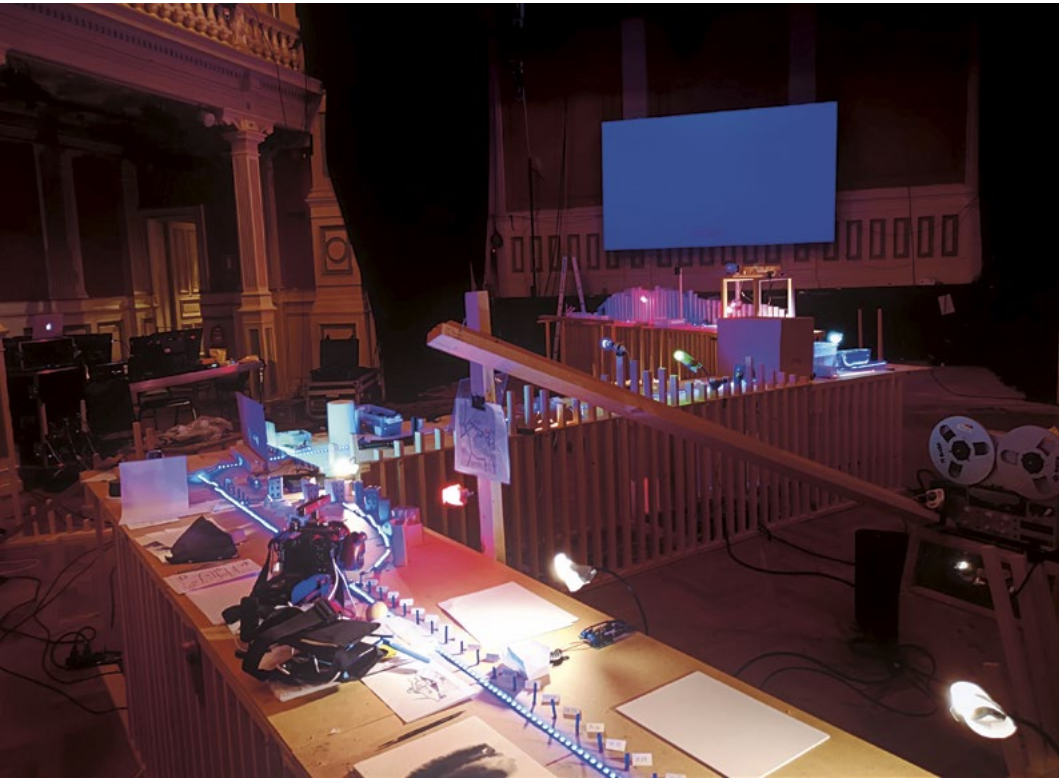
Fra *Highway Hypnosis*: <https://vimeo.com/414852873>

*Highway Hypnosis* var ett eksempel og et forsøk på å ta de kunstneriske konsekvenser av det jeg altså kaller analogiseringen av det digitale. Både prøveprosess, dialog og videoscenografi baserte seg utelukkende på nye måter å være «sammen samtidig» på: Skuespillere arbeidet med dialoger via applikasjonen FaceTime i et spill mellom (fysisk) avstand og (emosjonell) nærhet. Publikum, plassert på et digitalt rekonstruert hotellrom, sitter sammen med en pianist som via Skype øver med en operasanger som befinner seg langt borte.

Samtidig var dette en kjærkommen mulighet til å reflektere teoretisk ut fra, gjennom og sammen med det kunstneriske arbeidet, ikke minst opp mot et kunstnerisk forskningsprosjekt som nå har tatt en helt ny retning under tittelen *03:08.38 Tilstander av unntak*. Stikkordet for dette arbeidet er – som tittelen røper – et pågående dypdykk i konseptet og fenomenet «unntakstilstand».

### **03:08.38 Tilstander av unntak**

Det dere ser på bilde 4, er selve pulsårene i scenografien; om dere hadde sett den (og noen har sett den) som publikum på avstand, vil det se ut som et slags fargerikt arbeidsbord eller benk som strekker seg gjennom hele rommet. Langs dette 14 meter lange bordet kommer det og går ulike kunstnere som arbeider selvstendig og på ulik tid. På den ene siden av bordet, tegnere. På den andre siden, et kor. Først når et



➤ **Bilde 4** Det visuelle-dramaturgiske reisverket i *03:08.38 Tilstander av unntak*, Logen, Det Vestnorske Teatret, januar 2020.

kamerateam nærmer seg bordflaten, og kameralinser og mikrofoner fanger opp og forstørker det som foregår, blir forestillingen til. Det de filmer og forsterker, sendes både til skjermer og til høyttalere i rommet og strømmes til skjermer og til høyttalere utenfor. Altså digitalt.

Jeg håper dere kan se det, men hele forestillingen er konstruert som en tidslinje som strekker seg gjennom et byggverk av tre, kamera, instrumenter, løypestrenger,

båndspillere og små og store høyttalere. Sekund for sekund, minutt for minutt, forsøker et team av tegnere, musikere og filmkunstnere å rekonstruere tiden det tok en ung mann å sprengte et norsk regjeringsbygg for så å henrette unge sosialdemokratiske politikere på en sommerleir: 03:08.38 – tre timer, åtte minutter og trettiåtte sekunder. Ulikt filmer om aksjonen i Oslo og på Utøya, eller teaterstykker som leser opp fra manifestet, så arbeider denne forestillingen ikke retro-, men på sett og vis prospektivt; hendelsene forsøkes rekonstruert «forfra», fra rekken av øyeblikk da ingenting ennå var klart, og ingen av oss – og ingen av dere – visste helt hva som var på gang, hva som var viktig og ikke, hvem som sto bak, og hvordan utfallet av denne fredagen skulle komme til å bli. Ambisjonen er å fange inn unntakstilstanden som dramaturgisk fenomen, som en serie av tilstander hvor virkeligheten – slik vi kjenner den og er trygk på den – plutselig faller fra hverandre i et slags akutt og desperat menings-vakuum. For at dere som enda ikke har sett forestillingen, skal kunne koble dere på, skal jeg vise dere et lite opptak av de første minuttene. Vi er nå tilbake til 22.7.2011, klokken er 15.24.00, bomben har enda ikke gått av. Over FM-nettet skal det snart summe sommerlige radioprogram om sirkuselefanter.

Fra 03:08.38 Tilstander av unntak: <https://vimeo.com/451449503>

Da jeg som gjesteprofessor i dramaturgi Frankfurt a.M i 2018 startet en undersøkelse av «unntakstilstandens dramaturgi»<sup>7</sup>, og – som et slags norsk case – studerte 22.7 i detalj, gikk det opp for meg i hvilken grad virkeligheten denne

---

7 «Unntakstilstandens dramaturgi» ble videreført som et større forskningsprosjekt i samarbeid med blant andre Senter for Vitenskapsteori (UiB) og Transiteatret-Bergen, og har – utover forestillingskonseptet *03:08.38 Tilstander av unntak* – tatt form av en serie refleksjoner og offentlige arrangementer som vil samles og publiseres i 2022. Ved å ta form av en omfattende utveksling mellom kunstnerisk forskning og mer tradisjonell akademisk forskning, og gjennom bevisst å utfordre grensesnittene mellom kunst som forskning og forskning som kunst, har ambisjonen vært en dypere forståelse av unntakstilstand som så vel politisk som estetisk-dramaturgisk kategori.



ettermiddagen nettopp utspilte seg – og ble til – i et uoversiktlig samspill mellom det analoge og det digitale. Det som oppsto denne kaotiske ettermiddagen, var et nytt dramaturgisk rom hvor ungdommers fysiske isolasjon på en øy ble vevd sammen i sanntid gjennom digital kommunikasjon med et helt samfunn. Og gjennom Twitter-meldinger og oppdateringer fulgte vi ikke bare hendelser som passive «tilskuere» – a la tidligere tiders nyhetssendinger. Det nye er at vi ved å skrive, dele og snakke også kan gripe inn i, og til og med forandre de hendelsene vi kommenterer. Tenk bare på virkningen av en Twitter-melding som ligger foran TV-kanalenes og avisenes nyhetsoppdateringer. Eller på kjedereaksjonen av Facebook-oppdateringer hvor ti tusener valgte å endre profilen sin til nasjonalistiske symboler som så ble tatt ned igjen da gjerningsmannen til sist viste seg å være etnisk norsk. Det var ikke minst denne gråsonen mellom digital og analog virkelighet som gjorde at forestillingskomplekset *03:08.38 Tilstander av unntak* har måttet forholde seg til det digitale som dramaturgisk strategi. Men ikke som en filmet forestilling overført til nettet i etterkant, og heller ikke som et rent digitalt format, men heller som et prosjekt som hadde (og fortsatt har) online-formatet som sitt dramatiske og dramaturgiske utgangspunkt. Jeg skal dvele litt til ved dette eksperimentet, men først gjøre et lite – og forhåpentligvis forklarende – steg til siden.

## Konseptet lyttepost

Som stipendiat ved Institutt for anvendt teatervitenskap i Giessen bodde jeg vinteren 2005 over det som den gangen het «internettkafé». Her så jeg dag ut og dag inn hvordan utenlandske gjestearbeidere og asylanter via gamle gode Skype holdt kontakten med sine nærmeste familier hundrevis av mil unna, og bak Schengens usynlige, men virksomme murer. Bak de små båsene med de klumpete skjermene dannet det over uker og måneder små private sosiale rom, hvor kjøkkenbord ble delt mellom en skjerm i Tyskland og et møbel i Afghanistan. Det som etter hvert forsvant med de langt mer stabile kablene, serverne og lavere prisene, var fascinasjonene over teknologien som overskred «avstand», stresset rundt kostnaden og forventningen om at noe viktig måtte meddeles hver gang man logget seg på. Nå satt man der ganske enkelt sammen, samtidig og snakket hverdagslig med

hverandre; spiste med hverandre, lo høyt og hvisket private meldinger – slik nære relasjoner jo fungerer og bygges. Dette er femten år siden nå; femten år hvor vi med stadig mindre teknologisk «kav», stadig mindre utgifter, via det digitale har kunnet gå inn i og bebo disse mellomrommene og dermed gjort dem til våre. Og mens vi har forflyttet oss, har disse (mulighets) rommene umerkelig blitt en del av oss.

### **Når de som deler øyeblikkets kunst, ikke er på samme sted**

En gammel sannhet i teatret er at en teaterforestilling alltid er unik. Den skjer i realiteten kun én gang, for dem som er til stede i det samme rommet, samtidig. Slik er teatret øyeblikkets kunst framfor noen. Og slik er teatret også det sosiale rommets kunstform. Eksperimentet *03:08.38 Tilstander av unntak* skjer også som en unik hendelse, for dem som er sammen og til stede samtidig. Men samtidig er selve innholdet i disse kjerneordene «sammen» og «på samme sted», endret. For da prosjektet hadde sin før-premiere i 2019, spilte ikke forestillingen kun på ett geografisk sted, men på tre ulike steder samtidig. Utøvere, publikum og til og med kritikere var altså fordelt samtidig i ett felles scenerom, men som fysisk strakk seg over flere byer, og som digitalt var montert sammen til ett felles spillområde – *en felles scenografi*. Gjennom denne strategien, som jeg har kalt «lytteposter», forsøker prosjektet å tøye og strekke – og dermed teste – de etablerte forstillingene om teater som det «å være til stede» og «i samme rom». Helt i tråd med de små digitale samspillene mellom to «private rom» som jeg hadde observert på spartanske internettkafeer i Tyskland tilbake i 2005, var det altså her nettopp «analogiseringen av det digitale» som stod i sentrum. Det vil si det selvfølgelig og hverdagslige ved digitale samvær og samspill over fysiske distanser. Og selv om det på premieren også var fullt mulig å sitte alene på et hotellrom og følge forestillingen fra de skiftende delene av en scenografi som strakk seg mellom Trondheim, Bergen og festspillbyen Harstad, var dette på ingen måte noen heldigital «online» visning. Snarere representerer prosjektet et konkret forsøk på å ta de dramaturgiske konsekvensene av at vår forestilling om fysiske rom, avstander, samtaler og fellesskap radikalt

har endret karakter etter over tjue år med nettløsninger og sosiale digitale samværsformer.

Jeg skal forsøke å gi et lite innblikk i dette pågående konseptet og eksperimentet med «lytteposter». Stikkord: En forestilling i ulike byer, med ulike grupper av utøvere, samarbeider om å rekonstruere – sekund for sekund – unntakstilstanden under den mørke fredagen 22.7.2011. Det betyr i realiteten at ulike forestillinger griper i hverandre, både i lyd, lys, rom og spill – tenkt som en overordnet dramaturgisk komposisjon. Jeg håper at dette siste eksempelet kan gi et inntrykk av dette multimediale samspillet, her som en musikkalsk *dub* skrevet over Nordahl Griegs «Kringsatt av fiender», og spilt mellom scenerommene i Bergen og i Oslo. Klokken er her 16.15.34. Breivik er på vei mot utøya, og har fem minutter igjen til han når kaien:

Fra 03:08.38 Tilstander av unntak: <https://vimeo.com/415270600>

### **Prospektiv ettertanke – veien videre**

Som en liten avslutning – og på bakgrunn av det jeg har snakket om – skal jeg vende tilbake til den krisetiden vi står i og har stått i en stund. Og jeg skal forsøke å dra noen slutninger, med blikket rettet mot diskusjoner som, drevet fram av koronatiden, er i ferd med å ta tak: Det vil så absolutt være mulig å hevde – og sikkert også argumentere for – at teaterrommet som fysisk sosialt nærvær før eller siden vil komme til å «nulles ut» som en naturlig konsekvens av digitaliseringen. Slik jeg ser det, vil dette være et blindspor som røper at spørsmålet om «digitalisering» og «kunst» er stilt på gale premisser. En langt mer sannsynlig kalkyle vil – i hvert fall ved første øyekast – gå i motsatt retning: Når kunstscenen nå forhåpentlig åpner sine tradisjonelle rom igjen, er det trolig savnet etter det fysiske fellesskapet, samtidsfellesskapet, som vil bli den estetiske drivkraften, ikke digitale splitt-skjermer, pålogging, Zoom og passord. Men om dette skulle bli utfallet, så betyr det nettopp ikke at det er det «analoge» som trumfer det digitale, og at det digitale fundamentale endring av vår sosiale livsverden vil tre tilbake og vise seg som noe uekte, overflatisk

eller forgjengelig. For den digitale flaten er nettopp ikke overflatisk. Den er en kompleks mellommenneskelig, teknologisk kommunikasjonsform, som i årtier nå har kunnet endre vår grunnleggende måte å være menneske i verden på. Kategoriene «sammen», «samtidig» og «samme sted», så vesentlige for scenekunsten gjennom to tusen år, betyr for veldig mange ikke lenger helt det samme. De har stille – og over tid – skiftet innhold. Som kunstnere kan vi selvsagt velge bort det digitale, men det «vi» som da velger, er selv – i kraft av våre erfaringer, referanser, vaner og assosiasjoner – allerede grunnleggende endret av det samme som vi da velger bort. Jeg frykter at kunsten generelt – og teatret spesielt – dersom nå unntakstilstanden gradvis avvikles, raskt vil kunne falle tilbake i den tradisjonelle motviljen og fornektelsen av «det digitale» som i utgangspunktet gjorde at 2020-vinteren ble så krevende for teatret.

Tegnene er allerede tydelige; det skrives og snakkes nå om «tilbakevending» til det «ekte» og det «egentlige» teatret, og det er det på mange måter gode grunner til. Teatrets potensial ligger – mener også jeg – i det sosiale og i menneskelig kommunikasjon i sann-tid og i samtid. Samtidig har dette «sosiale» og det «samtidige» siden sist på 1990-tallet endret innhold: «Sosial» og «samtidig» er ikke det det en gang var. Det de desperate Twitter-meldingene fra Utøya ettermiddagen 22.7.11 bar bud om, og det den livestrømmede terroraksjonen på New Zealand i fjor gjorde grotesk synlig, var hvordan det sosiale, det samtidige og – dermed også – det dramatiske rommet har utviklet og utvidet seg på en måte som er dramaturgisk irreversibel. Så når vi nå, lettet over å slippe skjermer og Zoom-møter, forhåpentlig vender tilbake til hverandre, sitter nær hverandre, og til og med kan komme borti hverandre, vil det fortsatt måtte skje i en verden hvor det teknologiske allerede har endret, og hele tiden endrer vår livsverden, våre erfaringer, våre referanser, assosiasjoner og dermed – uunngåelig – våre estetiske erfaringsrom. Så, mot horisonten av en gjenåpning av teaterscenen: Når vi tar fram ordene «egentlig», «ekte» og «skikkelig», vil det være klokt – like mye for nåtidens teater som for framtidens – å hele tiden ha dette i tankene.

### III Unntakstilstand som ressentiment (oktober–november 2020)

Den gryende optimismen som med «opptiningen» også lå over kunstfeltet på ettersommeren og tidlig høst 2020, er – gjennom en andre fundamental nedstengning – erstattet med en ny grunnleggende usikkerhet. Ingen vet nå hva som vil skje med scenekunsten, nasjonalt som internasjonalt. Det som er sikkert, er at institusjoner og organisasjoner er satt under et press som ikke lenger er kortvarig og «krisepreget», men som i langt større grad stiller fundamentale spørsmål, ikke bare om organisasjonenes, men også til syvende og sist om selve kunstformens framtid. Slik sett er det dramaturgiske spenningsfeltet som mitt forskningsprosjekt startet med i vinter, også grunnleggende endret. For hva skjer med en kunstform hvor normaltilstanden – ikke unntakstilstanden – innebærer å ikke lenger kunne møte et publikum ansikt til ansikt? Hvordan påvirker endringen i kunstnerens økonomiske rammebetingelse estetikken og diskursen i feltet, forholdet mellom «institusjonell» og «fri» scenekunst, publikums forventningshorisont, nye og framtidige tilskueres kjennskap og kunnskap til kunstformen og så videre. Og internasjonalt: Hva skjer med et scenekunstfelt som langt på vei lever i og gjennom overnasjonal utveksling av ideer, aktører og infrastruktur? Under et forskningsseminar i regi av Norsk kulturråd i Oslo aksentueres nå også begrepet om det «postdigitale» som et mer overordnet begrep for å beskrive endringer i kunstens og samfunnets forhold til det digitale. I tilbakemeldingene jeg fikk på presentasjonen av prosjektet mitt, utfordres jeg til å diskutere mitt begrep om en «analogisering av det digitale» opp mot nettopp dette begrepet. Hvorfor ikke heller begrepet «postdigital»?

Begrepet om det «postdigitale» har de siste ti til femten årene blitt brukt til å beskrive både hverdagsliggjøringen av det digitale og kunst som tematiserer sammenfiltreringen av det digitale og det

menneskelige.<sup>8</sup> Mer spesifikt har det blitt brukt til å beskrive hvordan digitale og analoge medier – etter digitaliseringen – på ulike måter virker sammen.<sup>9</sup> Florian Cramer skriver i et essay om begrepet at «the term 'post-digital' in its simplest sense describes the messy state of media, arts and design *after* their digitization (or, at least, the digitization of crucial aspects of the channels through which they are communicated). Sentiments of disenchantment and scepticism may also be part of the equation, though this need not necessarily be the case sometimes 'post-digital' can, in fact, mean the exact opposite».<sup>10</sup>

«Analogisering av det digitale» vil altså på flere måter kunne sies å overlape med begrepet om det postdigitale – forstått på denne måten. Ikke desto mindre mener jeg at det hefter noe vagt og upresist ved begrepet om det postdigitale. Som andre «fundamental-begreper» tenderer de totaliserende kategoriene til å dekke for bredt og tømmes dermed for innhold.<sup>11</sup> For det første klinger det med i selve ordet «post-», i betydningen «tiden / en tid etter det digitale», en avgrensning i tid og rom som nærmest tar mål av seg å parkere sider av det fenomenet det undersøke. For hvor lenge vil det – i og utenfor samtidskunsten – bli meningsfylt og produktivt å bruke begrepet postdigitalt? Hvordan skal

---

8 Termen skal først ha blitt brukt i 2000 av den amerikanske musikeren Kim Cascone, riktignok i en litt annen kontekst (se Cramer 2015). Ifølge kunstner og teoretiker Melvin Alexenberg brukes begrepet første gang offentlig i 2008, da som tittel på en utstilling fra Polk Museum of Arts: «Digital Arts in a Post-Digital Age: Works from Florida Faculty» (Se Alexenberg 2011).

9 Se Per Israelsons diskusjon om begrepet i denne boken.

10 Cramer 2015: 19.

11 Alexenberg gjør også et forsøkt på en egen definisjon: «Postdigital (adjective), of or pertaining to art forms that address the humanization of digital technologies through interplay between digital, biological, cultural, and spiritual systems, between cyberspace and real space, between embodied media and mixed reality in social and physical communication, between high tech and high touch experiences, between visual, haptic, auditory, and kinesthetic media experiences, between virtual and augmented reality, between roots and globalization, between autoethnography and community narrative, and between web-enabled peer-produced wikiart and artworks created with alternative media through participation, interaction, and collaboration in which the role of the artist is redefined» (Alexenberg 2011: 35).

det – som epokalt eller analytisk begrep – hindre å dele skjebne med andre totaliserende kategorier som «postmoderne», «postpolitisk» eller for den saks skyld «postdramatisk»? Når vil i så fall også (mot)begreper som «post post-digital», eller «ny-» eller «re-analogisering» presse seg fram som korrigerende kontrapunkt til det som fort vil kunne oppleves som grovkornet og upresis optikk inn mot et kunstfelt i bevegelse. Og hva vil i så fall disse «reaksjonene» føre til for en kunstproduksjon som – for eksempel i tilfellet *03:08.38 Tilstander av unntak* – nettopp søker en produktiv utveksling mellom analoge og digitale strategier og dramaturgier?<sup>12</sup> Sist, men ikke minst taper for meg selve begrepet «postdigital», som noe passivt og statisk, av syne det dynamiske ved en prosess som snarere kjennetegnes av sin dialektiske fram og tilbake-bevegelse nettopp i spenn mellom det analoge i det digitale og det digitale i det analoge. Dermed kan et begrep som det «postdigitale» lett få det menneskeskapte (voluntaristiske) til å forsvinne i disse bevegelsene. Digitaliseringen fremstår da nærmest som noe teknologisk determinert – noe som enkelt og greit «bare skjer».

Et mer adekvat dramaturgisk blikk vil ikke bare måtte spørre etter hva som skjer når, men også etter hvem, hvor, hvorfor og hvordan noe skjer – og (ikke minst) hvordan noe kan skje på et bestemt sted til en bestemt tid. Undersøkelser av analogiseringen av det digitale må altså være konkrete.<sup>13</sup>

---

12 Dette tangerer en problemstilling knyttet til språk og virkningen av språk og begreper opp mot et samtidskunstfelt, som blir behandlet i min artikkel «Kvalitetsbegrepenes dramaturgi» (Lid 2016).

13 Da covid-19 kastet norsk teater ut i en krise, var det ikke det «postdigitale» og den «postdigitale tilstand» som gjorde seg gjeldende. Snarere var det scenekunstformens og dens institusjoners fravær av digital bevissthet og dramaturgisk kompetanse som nærmest over natten ble synlig, og det for langt flere enn teaterfeltet selv.

## IV Ny optimisme (desember 2020)

Med planer om nært forestående massevaksinering mot koronaviruset åpnes ved dette årets slutt også helt andre og optimistiske scenarier. I sin nye bok *Apollo's Arrow: The Profound and Enduring Impact of Coronavirus on the Way We Live* argumenterer eksempelvis epidemiologen Nicholas Christakis for en utvikling som – om den skulle innfri – vil kunne gi scenekunsten andre og langt lysere utsikter.<sup>14</sup> Basert på historiske erfaringer spår Christakis en euforisk periode av vekst, risikovilje og sosial interaksjon som et direkte resultat av den tilbakelagte pandemien. Her brukes 1920-tallets økonomiske og kulturelle opptur i kjølvannet av spanskesykens herjinger som dramaturgisk modell. Fra og med 2023 vil ifølge Yale-professoren pendelen svinge mot optimisme, kreativitet, eksperimentvilje og – særlig relevant for scenekunsten – økt interesse for sosiale møtesteder. Treffer han med sin spådom, vil en nærliggende hypotese være en konjunktur som favoriserer et teater som vender seg «bort» fra det digitale i søk etter det «genuine» og «ekte» møtet mellom fysisk tilstedeværende mennesker i et rom. En innvending, gitt denne tekstens resonnement, vil være at også et teater som bevisst velger bort noe (i dette tilfelle det digitale) likevel aldri vil kunne løse seg fra det det velger bort, fordi det digitale – særlig etter en langvarig pandemi – så gjennomgripende har blitt en del av menneskers livsverden. Dramaturgisk vil med andre ord en potensiell kunstnerisk «reaksjon» mot digitalisering være helt og holdent bestemt av den gjennomdigitaliserte livsverdenen som reaksjonene skjer i forhold til. Årevis erfaring fra – og kunnskaper om – det digitale hjemmekontoret, de digitale plattformene, symbolene, gestene og samtaleformene, vil ikke forsvinne post korona, men være noe man som kunstner eller tilskuer så å si fenomenologisk vil skue, sanse og erfare ut fra. Dermed vil det i så fall bare være et tidsspørsmål før spørsmålet om bevisst bruk og utvikling av det digitale igjen vil gjøre seg gjeldende og på ny

---

14 Christakis 2020.



utfordre de nostalgiske og asketiske tendensene i det Christakis ser for seg som de «nye 1920-årene».

## Litteratur- og kildeliste

- Alexenberg, M. (2011). *The Future of Art in a Postdigital Age: From Hellenistic to Hebraic Consciousness*. Intellect Bristol.
- Berger, N. (2020, 3. april). The Forgotten Art of Assembly: Or, Why Theatre Makers Should Stop Making. *Medium*. <https://medium.com/@nicholasberger/the-forgotten-art-of-assembly-a94e164edf0f>
- Christakis, N. (2020). *Apollo's Arrow: The Profound and Enduring Impact of Coronavirus on the Way We Live*. Little, Brown & Company.
- DuplexRecords (2020, 21. april). *Concert from Bare Egil's home office (Duelling Rællers)* [musikkvideo med Bare Egil Band]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=jghOO1u9U9w&tab\\_channel=DuplexRecords](https://www.youtube.com/watch?v=jghOO1u9U9w&tab_channel=DuplexRecords)
- Lid, T.V. (2016). Kvalitetsbegrepenes dramaturgi: Fra å beskrive til å foreskrive (scene)kunsten. Refleksiv etyde. I K.O. Eliassen & Ø. Prytz (red.), *Kvalitetsforståelser. Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur* (s. 120–139). Kulturrådet.
- Lid, T.V. (2019). *Refleksiv dramaturgi: Etyder for et (scene)kunstfelt i endring*. Cappelen Damm Akademisk.
- Marx, K. (1885). *Der achtzehnte Brumaire des Louis Bonaparte*. Otto Meißner. [https://digital.staatsbibliothek-berlin.de/werkansicht?PPN=PPN633609536&PHYSID=PHYS\\_0003](https://digital.staatsbibliothek-berlin.de/werkansicht?PPN=PPN633609536&PHYSID=PHYS_0003)
- Ribe, O.P. (2020, 8. mai). Jeg kunne tatt den vanlige surfeturen på nettbrettet mitt [anmeldelse]. *Norsk Shakespearetidsskrift*. <http://shakespearetidsskrift.no/2020/05/jeg-kunne-tatt-den-vanlige-surfeturen-pa-nettbrettet-mitt>



# Narves1biblioteket, deltagarestetik och den tecknade seriens ekologisering

Per Israelson

Denna artikel diskuterar digitaliseringens effekter på den tecknade serien som konstform och kulturell praktik. En premis för argumentet är att digitalisering och de senaste decenniernas genomgripande datorisering har medfört vad den tyske mediefilosofen Erich Hörl talar om som en *generell ekologisering* av kultur och samhälle.<sup>1</sup> Hörl använder här ett cybernetiskt och systemteoretiskt ekologibegrepp, enligt vilket alla objekt, vare sig det handlar om biologiska eller teknologiska, naturliga eller kulturella, mänskliga eller icke-mänskliga, utgör informationsbearbetande system kopplade till en omgivning som de organiserar och samtidigt organiseras av, genom ömsesidig återkoppling. Digitaliseringen har enligt Hörl medfört ett genombrott för en ny historisk semantik, enligt vilken ekologibegreppet har avnaturaliserats och blivit generellt tillämbart för att beskriva sammantrasslingen av ontologiska domäner. Det autonomibegrepp och den absoluta uppdelning mellan subjekt och objekt som har legat till grund för den västerländska moderniteten är

---

1 Hörl 2017: 3f.

kort sagt inte längre applicerbara på en kultur som opererar enligt den digitala processens distribuerade återkopplingar. Digitalisering och datorisering synliggör det kulturella och estetiska objektet som processuellt och relationellt, där vad objektet *gör* med sin användare och omgivning – och vice versa – är komplext sammankopplat med *hur* det skapar mening.<sup>2</sup> Ett kulturbegrepp som uppträder efter digitaliseringens genomgripande tekniska förändring av samhället – ett *postdigitalt* kulturbegrepp – förutsätter estetiskt deltagande som en förkroppsligad och samskapande process, som en sammanflätning av mänskliga och icke-mänskliga aktörer. I detta hänseende har digitaliseringen normaliserat det posthumanistiska subjektbegrepp som cybernetiken lade grunden för kring 1900-talets mitt.<sup>3</sup> Digitaliseringen inskräper sålunda Bruno Latours påstående att moderniteten aldrig varit modern.<sup>4</sup>

Genom att undersöka det Oslobaserade serietecknarkollektivet Narvesbibliotekets verksamhet under åren 2015–2019 argumenterar jag i det följande för att gruppens seriekonst karaktäriseras av en generell ekologisk deltagarestetik.<sup>5</sup> Undersökningen tar avstamp i de tecknade serier som Narvesbiblioteket publicerade, med särskilt fokus på antologimagasinet *Mennesker med håp for fremtiden 3* (2016), men jag diskuterar även hur dessa serier interagerar med och framträder i relation till konkreta mediala miljöer och deltagande publikar – i relation till vad jag här kallar en *medieekologi*.<sup>6</sup> Undersökningen använder såtillvida en medieekologisk metod som analyserar relationen mellan medier systemteoretiskt. Utifrån en systemteoretisk förståelse utgör ett medium en miljö och en omgivning («environment») som organiserar perception och erfarenhet.<sup>7</sup> Medier

---

2 Ingvarsson 2020.

3 Hayles 1999.

4 Latour 1991.

5 För arbetet med denna artikel har intervjuer utförts med Herman Breda Enkerud, Christa Barnlinn Korvald, Flu Hartberg, Erlend Peder Kvam, Andreas Berg och Espen Karelius Holtestaul. Ett stort tack riktas till samtliga medverkande.

6 Fuller 2006, Bryant 2014, Israelson 2017.

7 Strate 2017: 75.

är i denna mening system. Men inga system är operationellt slutna, utan ett system existerar alltid i relation till en omvärld som det bestämmer och bestäms av.<sup>8</sup> Det är denna konstitutiva relation mellan system och omgivningar som medieekologin undersöker. Det innebär att ett medium organiserar erfarenhet och perception genom att strukturellt kopplas till andra medier, en strukturell koppling som inkluderar även den mänskliga organismen, och som följaktligen blir del av en medieekologisk perceptionsapparat.

Mitt centrala argument är att Narves1bibliotekets deltagarestetik lyfter seriemediets materialitet och närvaro som betydelsebärande kommunikationssystem, vid sidan av till exempel bilden och texten, samtidigt som den knyter framträdandet av en distribuerad medieekologisk perceptionsapparat till ett posthumanistiskt samskapande. Den kreativa processen involverar därvidlag inte endast gruppens medlemmar, samarbetspartner, eller för den delen en deltagande publik, utan även konkreta material och mediala infrastrukturer. Skilda ontologiska domäner – biologiska, tekniska, geologiska – samverkar i en medieekologisk organism. I denna mening är Narves1bibliotekets verksamhet representativ för en generell ekologisering inom den samtida postdigitala kulturen.

## Hastighet och närvaro

Den 9 december 2016 lanserade Narves1biblioteket sitt tredje nummer av seriemagasinet *Mennesker med håp for fremtiden* (bild 1). Det är en publikation som till formgivning och innehåll självmedvetet uppmärksammar design och materialval. Storleksmässigt är magasinet utformat som ett fanzine, om än ovanligt omfattningsrikt – ett «Donaldpocketformat» som gruppen skriver i sin lanseringstext på Facebook – en knapp halvcentimeter tjockt, limmat och bundet. Redan omslagsbilden är indikativ för Narves1bibliotekets medieekologiska

---

8 Clarke & Hansen 2009.



➤ Bild 1 Omslag *Mennesker med håp for fremtiden* 3.

deltagarestetik, inte minst genom överlappningar mellan biologiska och tekniska domäner. Den datorgenererade bilden alluderar en retrofuturistisk vision av framtiden, där det representerade ansiktets skarpa och raka linjer understryker maskinens sammansmältning med det mänskliga. Omslaget presenterar hastighet som central tematik, och inskräper den västerländska läsriktningens rörelse från vänster till höger. Detta något monolitiska intryck undergrävs emellertid av smiley-flaggan ovan ansiktet, som understryker den ironiska framstegs-optimism som också magasinets namn åkallar. På en metamedial nivå speglar omslagets cyborgkoppling mellan människa och maskin också bildens produktionsförhållanden, där serietecknarens hand opererar inom datorns möjlighetsvillkor och på så vis mycket konkret sammanlänkar kropp och maskin. Ett reglage för färgskala i bildens vänsterkant understryker algoritmens delaktighet i bildens tillkomst. Det digitala tecknandets hastighet blir en förutsättning för den hastighet som bilden också representerar, där ansiktets skalförskjutning har försetts med den tecknade seriens ikonografiska fartränder. Omslaget *säger* med andra ord något om relationer mellan olika kommunikationssystem samtidigt som det också *gör* och *utför* dessa relationer.

Inlagan blandar i sin tur en stor mängd olika uttryck, vilkas sammansättning ger ett närmast slumpmässigt och planlöst intryck. Fjorton upphovs personer medverkar, däribland gruppens medlemmar.<sup>9</sup> Tecknade serier och seriestrippar buntas samman med illustrerade texter och rena prosastycken, liksom dikter, skämtteckningar och enskilda bilder. Även material- och färgval skiftar, från teckningar i tusch och blyerts till krita och digital färgläggning och formgivning. Handtextning av olika kvalitet samspelar med en mängd olika mekaniska typsnitt. Själva formgivningen ger också intryck av att vara bristfälligt anpassad

---

9 Caroline Ugelstad Elnaes, Christa Barlinn Korvald, Erlend Peder Kvam, Espen Friberg, Fredrik Storsveen, Herman Breda Enkerud, Ida Bakken, Jo Mikkel Sjaastad Huse, Kristoffer Kjølberg, Maia Siverts, Simen Formo Hay, Ville Kallio, och Øistein Bergli.

till tryckproduktens fysiske format, med marginaler och ytor som hamnar utanför den skurna sidan. Denna heterogena materialitet till trots, är magasinet i sin helhet producerat i ett och samma program. Den mediala variation som *Mennesker med håp for fremtiden 3* uppvisar är digitalt formgiven, i enlighet med den digitala kodens förutsättningar. Vad som kan framstå som slumpmässiga och oavsedda avtryck av specifika medietekniska omständigheter – kritans kladdighet,



➤ Bild 2 Inzoomning av Jorden, ur innledningsserien i *Mennesker med håp for fremtiden 3*.



kopiatorns sneda marginaler, den pixlade bildens suddighet – är i själva verket materiella modulationer utifrån de möjligheter datorn erbjuder. Denna materiellt självrefererande och lekfullt självmedvetna hållning är central för Narves1bibliotekets verksamhet.

*Mennesker med håp for fremtiden 3* inleds med en inramande tecknad serie-sekvens som presenterar förutsättningarna för magasinets innehåll. Sekvensen fungerar som en redaktionell metaserie samtidigt som den preciserar hastighetstematikens relation till digitaliseringens nya förutsättningar för deltagarkultur. Första uppslaget etablerar en kosmisk inzoomning av planeten Jorden (bild 2). Genom en dialog mellan ett antal figurer iklädda färgglada skridsko- och skidkläder sker sedan ett succesivt närmande till magasinets ramberättelse: en tv-sändning i (det fiktiva) N1B TV i vilken figuren Janne Francis, ledare för stiftelsen «Mennesker med håp for fremtiden», presenterar det program som utgör tidningens innehåll. De färgglada figurerna, vilkas repliker återges utan tydlig markering, genomför ett slags dubbel rörelse, dels genom uppslaget, från vänster till höger som för att understryka hastighet och läsriktning, dels på djupet, genom bilden och mot planeten i bakgrunden. Här etablerar seriemagasinet ett antal riktningar, där representerade kroppar i rörelse styr läsningens rörelser, både linjärt och icke-linjärt. Mediet organiserar på så vis den läsande kroppen. Även dialogen inskräper läsarens närvaro och kroppsliga relation till mediet. Från en inledande hänvisning till den tyske sociologen Hartmut Rosas begrepp «resonans», ett begrepp som inringar en potentiellt icke-alienerad relation till världen som «den levande människans grundmodus»<sup>10</sup>, och Rosas vidhängande kritik av accelerationism och en samtida – och inte minst digitalt uppkopplad – temporalitet<sup>11</sup> glider samtalet över på VR, näthandel och data- och övervakningskapitalismens tilltagande biomakt, för att precis innan rörelsen kommer till sin slutpunkt i tv-studion, konstatera att digitala medier och digitalisering gör närvaro och den

10 Rosa 2020.

11 Rosa 2013.

förkroppsligade erfarenheten än mer avgörande för den estetiska upplevelsen. Omgärdad av mediala och metafiktiva överlagringar, med en explicit ironisk distans, utmynnar inledningssekvensen i konstaterandet att «Publikums tilstedevaerelse er uhyre viktig ...».<sup>12</sup>

Just hur denna närvaro gestaltas som och genom en medieekologisk deltagarestetik är vad jag kommer tala om i det följande.

## Narves1biblioteket

Konstnärgruppen Narves1biblioteket var verksam mellan 2015 och 2019 och inkluderade Christa Barlinn Korvald, Herman Breda Enkerud, Erlend Peder Kvam och Sunniva Aurora Dybvig. Gruppen beskrevs av press och delvis av sig själva som ett serietecknarkollektiv, men verksamheten inkluderade också arbeten med andra material och medier än tecknade serier. Möjligen skulle man kunna beskriva gruppens konstnärliga praktik som tecknade serier i det utvidgade fältet, det vill säga tecknade serier som utvidgar seriemediet bortom dess traditionella gränser, genom till exempel materialval, rumslig expansion, skaländring, sammansättning och hybridisering. Resultatet blir, som för Narves1biblioteket, en praktik som undersöker sina egna materiella och mediala förutsättningar.

Gruppen formerades delvis kring institutionen för grafisk formgivning och design på Konsthögskolan i Oslo (KHiO) under 2015, där samtliga fyra medlemmar var studenter, och arbetet karaktäriserades redan från början av en uppmärksamhet på mediala infrastrukturer. I någon mån kan man säga att verksamheten och arbetsprocessen framträder som en respons på en konkret miljö, när en av (den blivande) gruppens medlemmar, Christa Barlinn Korvald, approprierar en av skolans bokhyllor i ett uppehållsrum som utställningsyta för fanzine och

---

12 *Mennesker med håp for fremtiden 3* saknar sidnumrering, citatet återfinns på det femte uppslaget.

andra tryckprodukter. Korvald arbetade vid tillfället med fanzinet *Gnug-posten*, vars första nummer utkom i februari 2015, och använde ytan för att presentera sina och andras arbeten inom fanzine och small press. Snart upprättade man också en fysisk infrastruktur i KHiO:s lokaler under Narves1bibliotekets namn, med nya egentillverkade hyllmarkeringar och hyllkonstruktioner.

Gruppens tidigaste verk utgjordes dels av liknande platsspecifika och situerade performance, genom vilka gruppen utformade utställningsytor på mindre bokmässor och seriefestivaler till filialer och underavdelningar till Narves1biblioteket. Dels inledde man en utgivningsverksamhet, med medlemmarnas fanzine och den gemensamma tidskriften *Mennesker med håp for fremtiden*, vars första nummer var just ett fanzine av Herman Breda Enkerud. Gruppen lade även upp en hemsida och webbportal. Verksamheten conceptualiserades som en transmedial mediafranchise med tillhörande visuell identitet och formgivning.

Viljan till samarbete, och att ingå i och omforma – liksom omformas av – befintliga sammanhang, är utmärkande för Narves1bibliotekets verksamhet. Utöver fanzine och mindre förlagsverksamhet, där man framför allt publicerade sina egna alster, producerade gruppen även animerade filmer och musikvideor. Precis som webbportalen återbrukar en antikverad webbdesign, använder dessa filmer stopmotion och dockanimationer som bearbetas digitalt. Dockor och föremål i papper-maché förekom även i gruppens installationer i offentliga miljöer i stadsrummet. En musikgrupp, Music Angels of N1B, lanserades inom den övergripande verksamheten. Music Angels of N1B framträdde framför allt med en scenshow med dans, scenografi och kostym där gruppens medlemmar var iklädda just papper-maché-kreationer. Som scenshow deltog också gruppen tillsammans med andra musikartister, huvudsakligen den norska popgruppen Pom Poko. Viss dokumentation över installationer och performance, liksom filmer och musikvideor, lades upp på webbportalen.

Narves1bibliotekets verksamhet upphörde sommaren 2019. Samarbeten i gruppen har fortsatt efter 2019 men inte formellt som

Narves1biblioteket. I mars 2019 deltog gruppen i en risografworkshop i Bergen genom organisationen Pamflett. Under arbetsnamnet «m00ds\_of\_Norway» producerade medlemmarna i Narves1biblioteket grafiska tryck och varsin risografbok.

## Postdigital kultur

Datahantering och implementeringen av datasystem har sedan mitten av 1900-talet omvandlat samhällets organisation i grunden. Denna infrastrukturella förändring blev särskilt påtaglig genom persondatorns införande och upprättandet av ett generellt protokoll för internethantering, och den har ytterligare inskräpts av 2000-talets uppkopplade och portabla datamaskiner. Datorns beräkningar och digitala processer utgör i dag de möjlighetsvillkor som bestämmer den samtida kulturen.<sup>13</sup> Även de samhälleliga verksamheter som inte är förmedlade via digitala gränssnitt är bestämda av en grundläggande digital infrastruktur. Samtidskulturen är i denna triviala mening postdigital, det vill säga att den befinner sig i en period *efter* den genomgripande digitaliseringen.

En kvalificerad betydelse av postdigital kultur betonar hur även analoga medier och icke-digitala gränssnitt i dag framträder i relation till digitala processer. Den tyske medieforskaren Florian Cramer menar att begreppet det postdigitala kan användas för att beskriva kulturella och estetiska uttryck som undersöker och betonar hur det digitala och det analoga är intimt sammantrasslat.<sup>14</sup> Det är alltså inte fråga om en analog nostalgi eller en fetischistisk upptagenhet av det materiella objektet. I stället handlar det om att lyfta hur även materiella objekt i dag framträder i relation till digitala informationsprocesser, och att det digitala också alltid förutsätter materiella omgivningar och miljöer för att kunna operera.

---

13 Berry & Dieter 2015.

14 Cramer 2015.

Ryan Bishop, Kristoffer Gansing och Jussi Parikka har argumenterat för att en postdigital estetik framför allt opererar på tre fronter som de kategoriserar som: föreställningsvärldar, interventioner och ekologier.<sup>15</sup> En postdigital estetik påvisar och utgår från att digitala system är medier som genererar föreställningsvärldar, menar de. Mediesystem som bibliotek, arkiv och laboratorier är kulturella tekniker som formar världen, och genom digitaliseringen har dessa mediesystem kommit att utsträcka sig över nya domäner. I en postdigital kulturl har mediesystemen blivit en del av den samtida livsmiljön, och kopplar samman tekniska och biologiska processer. Kort sagt, medier har blivit ekologiska och de bio-tekniska ekologier som omger oss har blivit medier.

En postdigital konst teoretiserar detta generella ekologiska tillstånd, och synliggör genom sin praktik hur mänsklig kreativitet uppstår i relation till men också regleras av sådana kulturella system som traditioner, genrer och medieteknologier. Bishop, Gansing och Parikka menar att postdigital konst på så vis utgör en praktisk intervention i de digitala nätverk och system som styr och organiserar stora delar av den samtida erfarenhetsvärlden. En postdigital estetik framhäver vidare hur tillvarons skilda domäner – tekniska, geologiska, biologiska – utgör komplext sammanvävda ekosystem. Konkret kommer detta till uttryck i hur datanätverk är beroende av en omkringliggande miljö, i form av mineraler, energikällor och mänskliga användare, men också hur systemen omformar och påverkar den omkringliggande miljön, inklusive dess användare. Narves1bibliotekets verksamhet kan i denna mening beskrivas som en postdigital konst.

## Posthumanistisk deltagarestetik

Ett postdigitalt kultur- och konstbegrepp har vittomfattande konsekvenser. Denna artikel fokuserar huvudsakligen på estetiskt deltagande, på *publikens nödvändiga närvaro*, som inledningsserien i *Mennesker*

---

15 Bishop m.fl. 2016.

*med håp for fremtiden 3* konstaterar. Publikens postdigitale deltagande følger den posthumanistiske forståelse av subjektivitet som N. Katherine Hayles menar att den cybernetiske systemteori implicerar.<sup>16</sup> Enligt cybernetisk systemteori oppstår erfaring og subjektivitet gjennom återkopplande relationer mellom system og omgivingar. Dessa relationer bestemmer ömsesidigt såväl system som omgiving. Som läsare skapar jag till exempel en litterär text genom att interagera med den, men samtidigt skapas jag som läsare av den omgiving som teksten utgör. Relationen mellom system – og som informationsbehandlende organismer är såväl det mänskliga subjektet som den litterära teksten ett system – innebär alltid en ömsesidig påverkan, det vill säga en ekologisk relation.

Den mänskliga perceptionsapparaten fungerer enligt cybernetisk systemteori som ett system som bestäms av en omgiving. Sinnen – som känsel, syn, hørsel – oppstår ekologisk, i relation till de möjlighetsvilkor som en omkringliggende miljø utgör.<sup>17</sup> Sinnene är heller ikke isolerte i sine enskildte kanaler, utan opptrer alltid blandede. Med denne utgangspunkt blir det möjligt att som den amerikanske filosofen Brian Massumi teoretisere estetisk deltagande som en *perceptionshendelse*, där den föreställningsverld som produceras av interaksjonen med ett kunstverk bestäms av en spesifikk relation mellom ulike samverkende system og miljøer.<sup>18</sup> En posthumanistisk deltagereestetikk innebærer på så vis att leseren på ett kvalitativt vis skaper det estetiske objektet, men også att dette objekt like kvalitativt skaper leseren. Den estetiske erfaringen er i denne mening en samskapende ekologisk prosess, en distribuerad subjektivitet mellom menneske og den omgiving som det estetiske objektet utgör.

Som jag redan har konstaterat, genererer digitalisering en systemteoretisk forståelse av det kulturelle objektet, där objektet ikke lenger er autonomt og fixert utan utgøres av variasjoner som er beroende av de system (som till exempel mänskliga användere) med vilka det opererer.

---

16 Hayles 1999.

17 Gibson 1986.

18 Massumi 2002; Massumi 2011.

Det är alltså detta som Erich Hörl beskriver som digitaliseringens generella ekologisering. Denna ekologiska och postdigitala förståelse av det kulturella objektet implicerar i sin tur en posthumanistisk deltagarestetik, enligt vilken erfarenhet framträder genom återkoppling mellan såväl mänskliga som icke-mänskliga system.

## Medieekologi

Ett postdigitalt mediebegrepp förutsätter att medier opererar som ekologiska omgivningar. Denna förståelse av medier är långt ifrån ny. Mediebegreppet har redan i sin klassiska betydelse av mellanhand och miljö en tydlig ekologisk slagsida. Marshall McLuhan talar på 1960-talet om medier som miljöer och omgivningar («enviroments»)<sup>19</sup>, medan W.J.T. Mitchells inflytelserika mediestudier upprepade gånger poängterar att medier alltid fungerar som blandade miljöer för meningsformering.<sup>20</sup> Ett medium – i detta fall Narves1bibliotekets tecknade serier – är i denna mening aldrig ett enhetligt och slutet system, utan utgörs alltid av relationer mellan olika delsystem och omgivningar. Ett medium är med andra ord alltid en medieekologi bestående av relationer, såväl internt i form av ett sammanhållet system, som externt i relation till andra omkringliggande medier.

De samskapande processer som en deltagarestetik opererar med framträder emellertid tydligast när det konstnärliga objektet sätts i relation till andra objekt, det vill säga när det mediala objektet uppträder just som *del* av en medieekologi. Det är denna händelse som en medieekologisk analys undersöker. Det är en undersökning som tillerkänner alla samverkande system en kreativ och deltagande agens. Alla de delsystem som ingår i en tecknad serie skapar serien som medium. Men även den medieekologiska undersökningen blir en del av denna

---

19 McLuhan m.fl. 1967.

20 Mitchell 1994; Mitchell 2005.

samskapande medieekologi. Ambitionen med min undersökning är att visa hur olika delar av Narves1bibliotekets verksamhet organiseras i relation till varandra som en medieekologi, där varje delsystem har en kreativ funktion. Samtidigt är det genom denna undersökning, det vill säga genom den aktivering av Narves1bibliotekets medieekologiska deltagarestetik som undersökningen genererar och på samma gång bestäms av, som dessa relationer framträder som analyserbara. Jag vill alltså hävda att Narves1biblioteket skapar ett konstverk – ett *medieekologiskt konstverk* – som består av en mängd konstnärliga objekt som bestämmer och bestäms av varandra, internt och externt. Men jag menar också att denna medieekologi framträder först när dessa relationer mellan konstnärliga objekt aktiveras, till exempel genom denna undersökning, men också, så klart, genom att läsa ett av Narves1bibliotekets seriemagasin eller för den delen genom att navigera på gruppens webbplats. Det bör kanske påpekas att Narves1biblioteket inte själva explicit omtalar sin verksamhet som medieekologisk. Det finns heller inga direkta referenser till en avantgardisk estetik influerad av cybernetik och systemteori, som konkretismens eller Fluxus-rörelsens formexperiment och intermedia-konst. Snarare är det så att Narves1bibliotekets verksamhet responderar på de avantgarde-tekniker som finns upptagna i datorns användargränssnitt, exempelvis verktyg för att klippa och klistra, montage och bildbearbetning, och som har blivit en självklar del av den digitala infrastrukturens möjlighetsvillkor.<sup>21</sup>

Genom att undersöka den medieekologi som Narves1bibliotekets seriemagasin *Mennesker med håp for fremtiden 3* aktualiserar blir det möjligt att analysera magasinet i termer av posthumanistisk deltagarestetik, i vilken såväl undersökningen som det konstnärliga objektet samverkar. Det är, som jag redan påpekat, en deltagarestetik som är utmärkande för ett postdigitalt kulturbegrepp och som berör såväl hur medier skapar kollektiva föreställningsvärldar som möjligheten att inom ett ekologiskt system ingripa i och synliggöra systemets organisation.

---

21 Manovich 2001: 306.



## Digitalisering av den tecknade serien

Precis som för tidnings- och bokmarknaden i stort börjar digitalisering förändra produktionsförhållandena för den tecknade serien långt före uppkomsten av webbserier, digitalt tecknade serier och digitala mötesplatser för seriekulturen. Tryckprocesser ställer successivt om till digitala system från 1960-talet och framåt. Den ökade tillgängligheten till program för desktop publishing mot slutet av 1980-talet och nya möjligheter att kombinera offsettryck med digitala filer driver på utvecklingen. Här finns klara paralleller mellan seriekulturen och den small press- och fanzinekultur som Alessandro Ludovico har undersökt.<sup>22</sup> Nya digitala tryck- och produktionsmedier gör det möjligt även för mindre aktörer producera och distribuera tryckprodukter med hög hantverksmässig kvalitet.

Framväxten av den grafiska romanen som internationell marknadskategori under 1990-talet kan delvis ses som ett utslag av digitaliseringens förändrade förutsättningar. Längre och till omfånget mer omfattande grafiska berättelser blir både tekniskt och ekonomiskt mer överkomliga att producera. Det är en utveckling som hänger samman med en mer övergripande medieteknisk utveckling där digitalisering möjliggör hybridisering och multimediala uttryck. En ny form av seriekultur växer också fram, delvis kopplad till en allmän uppluckring av en traditionell borgerlig kulturell hierarki. Genom den grafiska romanen som kulturell form blir också den tecknade serien en kategori med verkshöjd. Det får konsekvenser internationellt genom att den grafiska romanen blir föremål för såväl litteraturkritik som akademisk forskning. Den grafiska romanen som kanoniserat och fixerat kulturellt objekt – till skillnad från den serialiserade tecknade serien – innebär också att den tas upp inom det norska kulturrådets litteraturstödprogram i början av 1990-talet.<sup>23</sup> Den tecknade serien blir på så vis en del i den officiella

---

22 Ludovico 2012.

23 Halvorsen, Neple & Bjerke (red.) 2020: 309.

kulturens nätverk. Men seriekulturens mer informella fandom- og fanzinemiljøer er også viktige for denne utvikling, ikke minst for etableringen av nye serieførlag. Ett førlag som No Comprendo Press, som grundas i Oslo 1992 med førebilder i den alternativa DIY-estetiken, går till eksempel frå att publicera serier i alternativseriens fanzine-inspirerade magasinformat mot ett formmæssigt eksperimenterande kvalitetstryck, med den grafiska romanens sidmæssiga og narrativa omfang og ikke minst just verkshøjd.

## Fascination for nye medier: Dongerykollektivet

En viktig aktør i norsk seriekultur under det tidlige 2000-tallet er det Oslobaserede serietecknarkollektivet Dongery. Det er relevant att drøje kort vid Dongerys verksamhet. Dels for att gruppens fokus på den tecknade seriens materielle former liknar Narves1bibliotekets verksamhet. Dels for att Dongery også uttrykkligen utgør en inspiration og føregångare. Men også for att Dongery ofta explicit tematiserer digitalisering og digitale medier, og kanskje særskilt persondatoren, i sine fanzine og tecknade serier. Her er også en av de store skillnadene mellom Dongery og Narves1biblioteket. Det er en skillnad som henger sammen med digitaliseringens utviklingshistoria. Medan Dongery oppehåller sig vid datamaskinen som kulturteknik og apparat og det digitale som førmedlat innehåll, intar Narves1biblioteket en mer øvergripande hållning till digitaliseringens generelle økologisering, ofta utan att berøre digitale medier øverhøvdtaget. En anledning till detta er sannolikt att Dongerys verksamhet framtråder i samband med det massive ømøslaget av internet og mobiltelefoni. De opererer med andra ord i brytpunktet till webb 2.0. Narves1biblioteket, vars medlemmar samtliga er føddes på 1990-tallet, framtråder i en situation der digitaliseringen er ett faktum og digitale medier og nåtverk allestedes nárvarande, genom fibernåt og mobila bredband.

Dongerys verksamhet under 2000-talet samlar väl med den optimistiska uppfattning av nätverkskultur och webbens demokratiserande effekter som återfinns i till exempel Henry Jenkins inflytelserika konceptualisering av konvergenskultur och kollektiv intelligens.<sup>24</sup> Det är i hög grad ett uttryck för en tidsanda. Dongery responderar på den nya digitala infrastrukturen genom en kollektiv kreativitet, där också publiken och läsaren bjuds in att bli delaktig i skapandet av det kulturella objektet. Gruppen experimenterar med format och material, och opererar ofta på gränsen mellan fanzine och etablerad förlagsverksamhet. På en tematisk och innehållslig nivå bearbetar Dongery de sociala och kulturella effekterna av digitala medier. Formgivning och materialval lyfter användaren som deltagande aktör. Till viss del utgör avantgardistiska praktiker och formexperiment, särskilt intermedia-konst, collage och montage, viktiga inspirationskällor.<sup>25</sup> Men Dongerys estetik är också kopplad till webbens och den digitala hypertextens organisering av berättande i förgreningar och nätverk, liksom till dataspelens interaktiva estetik. Verksamheten karaktäriseras generellt av en påtagligt lekfull speleestetik. Vid sidan av tecknade serier och fanzine utgör den ironiskt självrefererande och experimentella webbsidan [dongery.no](http://dongery.no) en viktig mötesplats för norsk seriekultur under det tidiga 2000-talet.<sup>26</sup>

## Narves1biblioteket: medieekologi som konstverk

En tydlig skillnad mellan Dongery och Narves1biblioteket är verksamhetens organisation. Även om Dongery laborerar med gruppidentiteten som kollektiv författare och redaktör, och på så vis opererar med en distribuerad kommunikationsprocess, finns det alltid en tydlig avsändare och producent bakom deras produkter. Läsaren bjuds in att delta,

---

24 Jenkins 2006: 247.

25 Intervju med Flu Hartberg, 17. mars 2021.

26 [Dongery.no](http://dongery.no) u.å.

men det er ett deltagande som regleras av det enskilda objektets förutsättningar, som sker på Dongerys premisser. De metafiktiva ironier som ramar in verksamheten – där avsändare och redaktörsroller skiktar seriernas fiktionsplan i överlappande nivåer – hålls samman av det konstnärliga objektet, och även om det finns en tydlig intertextuell kommunikation står varje objekt mer eller mindre för sig själv.

Narves1biblioteket å sin sida organiserar verksamheten som en transmedial mediafranchise, eller ett «mediehus» som presentationen på webbportalen gör gällande. Fokus ligger inte lika mycket på det enskilda konstnärliga objektet som på relationen mellan objekten. Narves1bibliotekets medlemmar skapar ett antal enskilda konstverk – både avgränsade fysiska objekt och platsspecifika performance och interventioner i såväl stadsrum som i digitala onlinemiljöer – men framför allt skapar de *organisationen* Narves1biblioteket.

Vad är då Narves1biblioteket för slags konstverk? Ja, det mest adekvata sättet att beskriva objektet är kort sagt att det är en medieekologi, det vill säga att det är ett processuellt objekt som består av interna och externa relationer. Narves1biblioteket kan med andra ord förstås som ett medieekologiskt konstverk: ett objekt som består av en stor mängd olika objekt som fungerar som delsystem distribuerade i tid och rum, analogt och digitalt. Varje objekt är ett system av relationer, som framträder tydligast genom att objektet sätts i relation till en omgivning. Delvis hålls dessa objekt samman av Narves1bibliotekets webbportal, genom länkar till dokumentation av performance och seriemagasin, liksom till webb-tv-inslag, animerade filmer, ljudfiler och musikvideor. Delvis hålls det samman av hur dessa olika objekt interagerar med varandra. Men medieekologin organiseras också genom de berättelser och historiografier som Narves1biblioteket utför, ofta genom appropriering.

Ett talande exempel är den bakgrundshistoria som fanns tillgänglig på webbportalen genom två «faksimiler» av tidningsartiklar. Enligt dessa grundas organisationen Narves1biblioteket 1966, efter att den radikala – och fiktiva – aktivisten Gunna Salves genom anlagd brand raserat en vägg mellan ett bibliotek och en Narvesenkiosk, med syftet

att etablera «et inkluderende og ideelt bibliotek hvor man også kan kjøpe godene for en billig penning».<sup>27</sup> Mer långsiktigt är målet att riva också sociala väggar.

Denna fiktiva faksimil av ett tidningslägg är ett tydligt exempel på hur Narves1biblioteket arbetar för att sammanföra olika mediesystem i medieekologiska överlappningar. Spelet med mediala fiktionsnivåer är lättamt och lekfullt, men precis som vid approprieringen av en bokhylla utförs här en tydlig distinktion som isolerar den fiktiva platsen som en diskret enhet vars relationer till omvärlden uppträder i en ny organisation. Den kommunikativa processen mellan olika system hamnar på så vis i blickfånget. Samtidigt sker en rumslig och temporal förskjutning, där tidningssidans historiska materialitet explicit markeras som en ofullständig remediering inom den digitala miljön. Montaget får en främmandegörande effekt som öppnar läsarens personliga och kroppsliga erfarenhet inom en ny yta – ett slags spatio-temporalt mellanrum – för nya kreativa omkopplingar. Det digitalt bearbetade fotografiet i faksimilen approprierar en aktivistisk dokumentation – och en historisk erfarenhet – medan den explicita manipulationen genom det infogade papier-maché-huvudet och den digitalt handtextande banderollen också grundar ingreppet i en tydlig och hantverksmässigt materiell kvalitet. En relation mellan olika mediala och historiska temporaliteter etableras, som mot fotografiets och den fiktiva bakgrundshistoriens gestaltade opposition också erbjuder sig som en plats för ett läsande i opposition mot textens sanningsanspråk. Bildens överlagringar mellan analoga och digitala medier utpekar det historiska dokumentet som manipulerad sanning.

Det är med andra ord tydligt att gruppen och konstverket Narves1biblioteket opererar på en mängd olika nivåer – av olika fiktionsgrad – och i en mängd olika material och medier. Vare sig det handlar om performance, tecknade serier, tidskrift eller musikvideo syftar merparten av de enskilda verken till att utforska framställningens former. Men

---

27 Narves1biblioteket u.å.

denna utforskning sker hela tiden också i relation till den övergripande struktur som organiserar och samtidigt organiseras av Narves1bibliotekets alla olika delsystem. Distinktionen och upprättandet av diskreta enheter understryker hela den medieekologiska organismen som en samskapande process, i vilken alla samverkande enheter utverkar ett tydligt och märkbart inflytande. På så vis etablerar Narves1biblioteket en distribuerad agens på flera skalor och nivåer, dels i de enskilda projekten och objekten, dels i den övergripande medieekologiska organisationen av dessa.

En nyckel till Narves1bibliotekets medieekologiska organisation är den tecknade seriens estetik. Den tecknade serien är en hybridform vars sammansättning av sekvenser kräver en delaktig läsare.<sup>28</sup> Samspellet mellan olika teckensystem och serieläsningens taktila och sinnliga kvaliteter aktiverar en utvidgad perceptionsapparat.<sup>29</sup> Samtidigt tillåter seriens temporala och spatiala ordning icke-linjära läsriktningar och kronologier.<sup>30</sup> Serien skapar mening genom att aktivera flera, supplementära teckensystem.<sup>31</sup> Det är på denna nivå, som medieekologiskt objekt, som seriemagasinet *Mennesker med håp for fremtiden 3* också synliggör kopplingar mellan de ontologiska domäner som är verksamma inom Narves1bibliotekets organisation.

## OBS! Narves1biblioteket Hypermarked

Narves1biblioteket lanserade *Mennesker med håp for fremtiden 3* i samband med installationsutställningen *OBS! Narves1biblioteket Hypermarked* (bild 3) som hölls i grafikerorganisationen Grafills lokaler på Rosenkrantz gate i Oslo mellan den 9 och 18 december 2016. Ambitionen var att under utställningstiden etablera ett fungerande

---

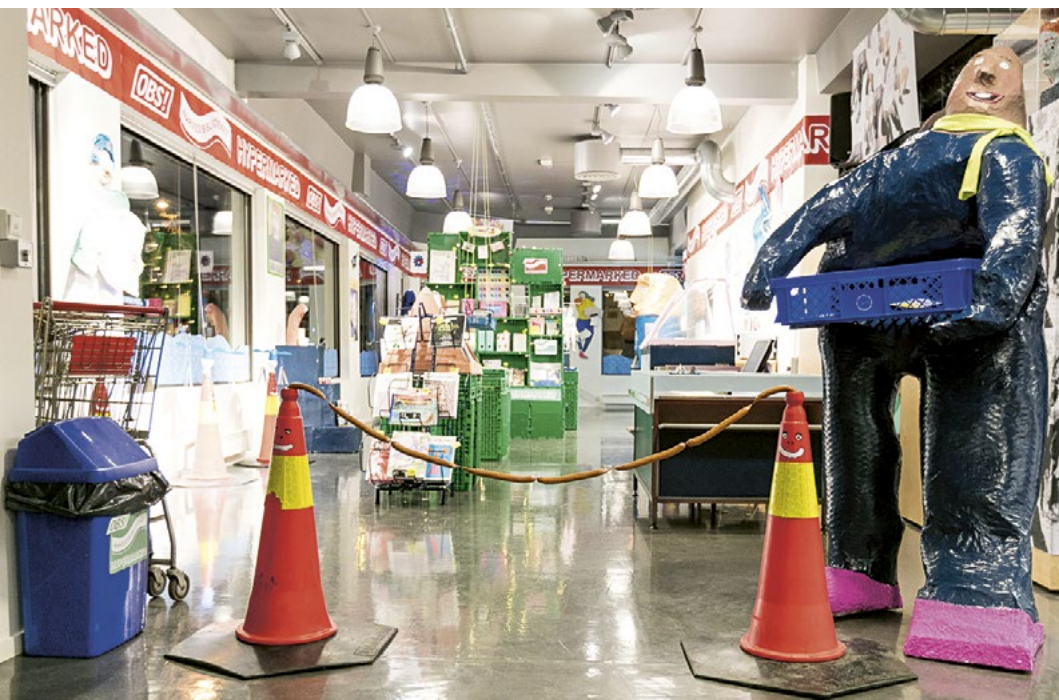
28 McCloud 1994.

29 Hague 2014.

30 Groensteen 2007.

31 Round 2014.

varuhus, framför allt för tryckprodukter som fanzine, artist's books och small press-tryck. Men man ville även göra lokalens inredning och rummets organisation, liksom besökarnas närvaro, till del av seriemagasinet heterogena blandning av mediala uttryck. För detta syfte transponerade man delar av magasinets narrativ och visuella gestaltning till utställningslokalen, bland annat genom att skala upp design och formgivning, liksom att ställa ut pappreproduktioner av ett antal av seriemagasinet centrala figurer. Även magasinets fiktive finansär Janne Francis gjorde ett besök under utställningens vernissage.



➤ Bild 3 Entré till utställningen *OBS! Hypermarked*.

Det gestaltede og fiktiva varuhuset *Hypermarked* organiserer utstillingslokaler i ett antal möjlighetsvillkor enligt vilka besökaren framträder som konsument. Samtidigt, då installationen omfattar både de varor som är till försäljning och den infrastruktur som organiserar försäljningen, är det precis genom att framträda som konsument som besökaren också blir en deltagande medskapare – och i denna mening producent – av installationen. Denna problematisering av relationen mellan konsument och producent tematiseras även i seriemagasinet. Inledningsserien har som jag redan påpekat en inramande funktion, som genom tablåläggning och ett utpekande av tv-studio, filmkameror och produktionsteknisk utrustning genomför en medial skiktning, där just distinktionen mellan producent- och konsumentled utmanas.

*Mennesker med håp for fremtiden 3* presenterar på så vis läsaren för en dynamisk samverkan mellan olika mediala och materiella uttryck vilkas inbördes relation skiftar genom läsningen. Det sker dels på representationens nivå, inom den fiktiva tv-studion, där olika medier bearbetar varandras uttryck, i en väldigt konkret gestaltning av Marshall McLuhans påstående att mediers innehåll utgörs av andra medier.<sup>32</sup> Dels introducerar magasinets olika bidrag läsaren för ytterligare en relation mellan medier: tecknade serier, seriestrippar, skämtteckningar, dikter, bilder, prosastycken och essäer. Den hypermediala och metafiktiva överlappningen av medietekniker betonar på så vis också en annan av McLuhans poänger: att det är mediet som är budskapet, och att detta alltid innebär en modulering av användarens sinnliga relation till omvärlden. Läsaren av seriemagasinet och besökaren på Grafill blir så till en del av en mängd samverkande system – tekniska såväl som biologiska – vilkas organisation utgör Narveslibliotekets medieekologi.

---

32 McLuhan 2011: 19.



## Digitaliseringens hastighet

Seriemagasinet *Mennesker med håp for fremtiden 3* etablerar en medieekologi i vilken medier organiseras i relation till varandra i nya och kreativa men också organiserande och styrande processer. Den deltagarestetik som serien arbetar med, där den estetiska kreativiteten är distribuerad och läsaren interagerar med olika delsystem som samtidigt bestämmer läsarens sinnesapparat, överförs också på utställningen *Hypermarked*. Allt från hyllor, soptunnor, utställningsmontrar och läskkylar till kundvagnar och personalens klädsel blir samverkande delsystem i utställningens medieekologi. Utställningsrummets konkreta materiella förutsättningar tematiseras därmed som en medial och materiell infrastruktur, där användningen och bearbetningen av snabbköpets ikonografi och diskurs understryker *hyper*-marknadens förankring i en accelererande samhällsordning. Besökare passerar genom rummet enligt en organisation som är naturaliserad, där kundvagnar, kassaapparater, montrar, hyllor och uniformerad personal följer ett bekant mönster. Objekten i varuhuset är dels varor, och framför allt *till salu* som varor, dels existerar de inom Narves1bibliotekets alternativa världsordning och opererar inom denna enligt en annan logik.

Den återkoppling som verkets mediala infrastruktur möjliggör omformar samtidigt samma infrastruktur, högst konkret, genom att delsystemen – som när besökaren i utförandet av verkets struktur pendlar mellan konsument och producent – ändrar status. *Hypermarked* lyfter här med andra ord det enskilda objektets relevans för den kreativa process som upprätthåller och omformulerar ekosystemet. Deltagande i Narves1bibliotekets verksamhet – i installationen *Hypermarked* liksom i *Mennesker med håp for fremtiden 3* – skapar i en faktisk och kvalitativ mening konstverket, men deltagandet skapar också förutsättningarna för den subjektivitet som ingår i den medskapande processen.

Utforskandet av producent- och konsumentled gör besökaren och läsaren uppmärksam på den distribuerade kreativitetens maktrelationer. Det är relationer som delvis har omformulerats av digitaliseringens

nya arbeidsforhållanden. Här finns å ena sidan en positiv värdering av konsumenters inflytande, till exempel i Jenkins inflytelserika konceptualisering av deltagarkultur. Men som Mark B.N. Hansen har påpekat opererar också de digitala nätverkens styrning av uppmärksamhet med hastigheter som föregriper formerandet av väsentliga aspekter av den mänskliga perceptionen och subjektiviteten.<sup>33</sup> Från en systemteoretisk horisont gäller detta även de återkopplingar som icke-digitala system opererar med. Varje system organiserar medvetandets uppmärksamhet innan formeringen av ett medvetet subjekt. Ett deltagande i den kreativa produktionen i termer av en rationell subjektivitet, det vill säga av ett modernt och autonomt subjekt vars existens föregår interaktionen med konstverkets tekniska miljö, är det med andra ord aldrig tal om. Deltagande bestäms alltid av den omkringliggande miljön, och en subjektivitet som organiseras av denna miljöns möjlighetsvillkor. Men det är samtidigt samma process, den ekologiska återkopplingen mellan subjektivitet och miljö, som utgör en möjlighet att påverka de system som bestämmer oss. Det är därför publikens deltagande är så avgörande.

## Ekologisk resonans: Mennesker med håp for fremtiden 3

En medieekologisk deltagarestetik handlar om att synliggöra deltagandets möjlighetsvillkor, men också att visa hur det faktiska deltagandet samtidigt förändrar dessa villkor. För att göra detta måste det konstnärliga objektets återkoppling saktas ner till en temporalitet som den mänskliga perceptionen hinner uppfatta. Här blir den tecknade seriens organisation av sekvens och uppmärksamhet betydande, då den erbjuder just detta temporala brott, där mediets organisation är en del av läsningens perceptionsapparat. Jag vill därför avslutningsvis kort lyfta hur Narvesbibliotekets tecknade serier, och särskilt seriemagasinet

---

33 Hansen 2015.

*Mennesker med håp for fremtiden 3*, frikopplar återkopplingen mellan system och omgivning och därmed synliggör den distribuerade subjektivitetens process. Det handlar här med andra ord om att synliggöra hur omgivningen blir del av erfarenheten och samtidigt skapas genom denna erfarenhet, det vill säga att upprätta en ekologisk relation till världen. Att inledningsserien diskuterar Hartmut Rosas begrepp resonans, som handlar om att upprätta en resonant och ekologisk tillvaro i opposition till senkapitalismens acceleration, är därför mycket talande.<sup>34</sup> Men det är heller inte oviktigt att begreppet presenteras i relation till en representation av planeten Jorden vars gestaltning för tankarna till de fotografier från rymden som inspirerade en ny form av ekologiskt tänkande, exemplifierat av till exempel Stuart Brands *Whole Earth Catalog* (1968). Men det är likaledes talande att den bild av planeten Jorden som Brands katalog använde *inte* var det berömda fotografi som togs 1972 av besättningen på Apollo 17 (känt som «The Blue Marble»), utan i själva verket en tidigare komposit sammanställd av en stor mängd olika bilder.<sup>35</sup> Ekologiskt tänkande och digitalisering har en lång gemensam mediehistoria.

Materiellt berör den inledande serien i *Mennesker med håp for fremtiden 3* den tecknade seriens deltagarestetik på flera nivåer. Blandteknikerna betonar seriens hybriditet, dess status som blandat medium och distribuerad sinnlighet. Ett uppslag med fotografier av redaktörernas ansikten inklippta i de tecknade kropparna inskärper kanske särskilt denna kontrast mellan material. Men berättartekniskt accentueras också läsandets plats. Från ett berättande som utgår från en av figurernas rörelser, skiftar nästa uppslag till att representera denna berättande agens uteslutande genom vad vi får anta utgör samma figurs synvinkel och perspektiv, ett perspektiv som då också sammanfaller med läsarens. Denna materiella metaleps är en inom den tecknade serien mycket använd metafiktiv teknik, där seriesidans manipulering av perspektiv och synvinklar placerar den narrativa agens

---

34 Rosa 2019.

35 Mirzoeff 2015.

som tillfaller den representerte figurens berättarperspektiv lika mycket i läsarens synvinkel.<sup>36</sup>

Introduktionsserien skiftar också mellan mediets struktur och representationens innehåll, när två skridskoåkare baxar in en stor lådliknande konstruktion som visar sig innehålla, och även motsvara, seriemagasinet innehållsförteckning. Den distribuerade sinnlighet som berättandet etablerar, och som också tematiseras genom hänvisningen till en digital uppmärksamhetsregim och cybernetisk kontroll, får sedan sin kanske tydligaste gestaltning i kameraoperatörernas uppkopplade cyborgkroppar (bild 4).

Den metafiktiva inramningen – som avrundas med porträtt och signatur av den fiktiva Janne Francis på tidningens baksida, ett bearbetat digitalt fotografi ursprungligen föreställande Caroline Ugelstad Elnæs – undersöker gränsen mellan verk och omgivning. Eller kanske är det snarare mer rimligt att tala om detta mellanrum, denna relationella plats, som just Narveslbibliotekets verk. Det är denna plats som alla deras olika verksamheter i någon mån skapar, hela tiden i relation till redan befintliga platser och aktörer. I denna mening är det i högsta grad en fråga om en processuell och ekologisk verksamhet, som inte bara blandar olika kontexter och material, utan också sammanför och korsar ontologiska plan. Biblioteket i sig utgör en fiktiv entitet, en alternativ kulturhistoria, som används i syfte att iscensätta specifika rumsliga och temporala relationer, där inte minst kopplingen till kommersiella plattformar undersöks. Utpekandet av olika mediesystem, och kopplingarna mellan dessa, liksom överskridanden och sammanföranden, har därvidlag en metafiktiv effekt, som sonderar mediet som medskapare av erfarenhet och värld.<sup>37</sup> Metafiktionen och den medieekologiska ordningen indikerar här en ny form av kollektivt subjekt vars utopiska mål är en ekologisk omsorg för omvärlden och en förståelse för de främmande materialiteter som alltid redan är verksamma i våra kroppar.

---

36 Israelson 2018.

37 Burton 2017.



➤ Bild 4 Kameraoperatörens cyborgkoppling, ur inledningsserien i *Mennesker med håp för fremtiden 3*.

Möjligens är det just som en ny, postdigital och medieekologisk teknik för kommunikation som Narves1bibliotekets verksamhet ska förstås. Innehållet i *Mennesker med håp för fremtiden 3* uppvisar en självmedveten och självrefererande seriekonst, som strävar efter att just frilägga den mediala infrastrukturen som en utvidgad sinnesapparat och medskapande aktör. Dels är hänvisningar till olika former av digitala medier

återkommande på ett tematisk plan, i eksempelvis den finländska tecknaren Ville Kallios bidrag, där narrativet utspelar sig i något slags AI-kontrollerad virtuell verklighet, eller i Hedvig Haugeruds «Sentimentalt grunnkurs», en tjugo sidor lång autofiktion som i hög grad dröjer vid sociala mediers identitetsformationer. Dels sker en tydlig remediering av ett visuellt uttryck, där digitala gränssnitt representeras i den tryckta texten. Men mer intressant är kanske en generell forskjutning mot seriemediets olika inverkan materialiteter, och det framhävande av sinnligt deltagande som detta medför.

Herman Breda Enkeruds bidrag i *Mennesker med håp for fremtiden 3*, «Her er vi alle voksne», utspelar sig på vad som förefaller vara något slags offentligt möte, i vilket en glest utspridd publik lyssnar på en person som talar i en mikrofon. Förekomsten av mikrofon griper delvis in i ramberättelsens tv-tablåläggning, och antyder en medierad situation, och inte minst inringas rösten och framförandet av tal som centrala medialakanaler. Serien avslutar magasinets inlägga. Enkerud använder genomgående ett enkelt rutmönster, med fyra lika stora rutor per sida. Gränsen mellan rutor markeras av en tunn linje, som närmast tycks härstamma från den digitala filens placering, snarare än spegla en medveten formgivning. Den inledande sekvensen, som utvecklas över fyra sidor, följer en person som reser sig för att ta mikrofonen. Sekvensen skiftar rörelsen i ultrarapid (bild 5).

Varje enskild ruta uppvisar endast en liten skillnad i den representerade kroppens position. Samtidigt presenterar den inledande textens tre pratbubblor en mening vars modulation är så pass minimal att den framstår som en upprepning: «Kan jeg si en ting? / Jeg vil gjerne si en ting / Jeg reiser mig opp for å si en ting». Kombinationen av text och bild skapar här en dissonans i den temporala progressionen: bild och text, tal och rörelse, opererar i olika hastigheter. Den talande personen menar vidare att som vuxna personer borde alla närvarande gemensamt kunna «finne en løsning på dette problemet». Det är emellertid oklart vari problemet består.



➤ Bild 5 Person som reser sig, ur «Her er vi alle voksne» av Herman Breda Enkerud, i *Mennesker med håp for fremtiden 3*.

«Her er vi alle voksne» etablerar en rörelse mellom ulike berättarrållningar, där läsarens perception görs till del och produkt av seriens sammansättning. Serien följer ytterligare två sekvenser i vilka ytterligare två personer kommenterar «problemet» och en gemensam strävan att finna dess lösning. Varje kommentar åtföljs av applåder och genmälen från publiken. Dessa kommentarer dubblas sedan av att seriens publik, som kommenterar framförandet, i sin tur kommenteras av de figurer läsaren presenterades för i magasinets metafiktiva inledningsserie, och som här opererar som en metafiktiv publik. «Her er vi alle voksne» organiseras mot ramberättelsens ordning, och genom denna rörelse inskräps ytterligare läsarens – publikens – avgörande närvaro.

Ramberättelsen avslutas med att tematisera det materiella mediet som en del av kommunikationens bio-tekniska sammansättning. En streckformation i bildens nedkant visar sig härstamma från en kvarlämnad stickning som publiken lämnat efter sig. Över de avslutande tre uppslagen i *Mennesker med håp for fremtiden 3* etablerar stickningen sidans organisation, där den representerade tråden samtidigt representerar rutnät och sidans formgivning. Ackompanjerad av samma slags lösryckta och riktninglösa konversation som inledde magasinet, producerar stickningen en figur som på sista uppslaget tar avsked till publiken med repliken: «På gjensyn». Mediets miljö och infrastrukturella bakgrund blir här mycket bokstavligt den figur som frambär budskapet.

## Objektets samskapande: kreativ återkoppling

Herman Breda Enkeruds serie «Her er vi alle voksne» tematiserar kommunikationens form. Sekvensen uppmärksammar den digitala bildfilens processuella konfiguration, som genom återkoppling upprepar sin egen organisation. Men en ekologisk återkoppling som opererar i relation till andra objekt tillåter också förändring, och nya konfigurationer. När Enkeruds serie sätts i relation till ramberättelsen uppträder en ny organisation, i en gemensam ekologisk process. Denna samskapande





» Bild 6 Omslag *Weekend* av Erlend Peder Kvam.

process mellom ulike mediale objekt – ulike delsystem inom en medie-ekologi – kan också vara mycket konkret, representerad i det estetiska objektets tematik och form. Erlend Peder Kvams bok *Weekend* (2018) är ett exempel på ett sådant objekt. Boken tillkom under en vistelse i Leipzig som anordnades genom seriefestivalen The Millionaires Club, vid vilken Narveslibiblioteket varit inbjudna som deltagande konstnärer 2018. *Weekend* är utgiven som ett litet häfte i anteckningsboksformat. Narrativet utgörs av en kort episod under vilken en arbetsplatsledare – möjligen något slags förman – tillbringar en helg tillsammans med sina två barn, som är tvillingar, och sammanvuxna (bild 6).

En fantasmagorisk räckta transformationer och oväntade vändningar avlöser varandra i ett berättande som mycket lekfullt använder den tecknade seriens icke-linjära ordning för att skapa en konstant hybridiserande och öppen text. På en visuell nivå utgör *Weekend* en undersökning av det tyska kniv- och köksredskapföretaget Zwilling's logotyp. Zwilling's symbol, en stiliserad tvilling, är en av de äldsta logotyper som fortfarande används i kommersiella sammanhang och har genomgått ett antal olika versioner sedan företaget grundades 1731. Kvams bok responderar på dessa transformationer genom att inkorporera och bearbeta den visuella profilen i narrativet, men också genom att fånga upp det öppna och flytande objektsbegrepp som symbolens historiska transformationer är ett uttryck för. I denna mening kan man alltså se hur *Weekend* upprättar en relation till ett historiskt material, som inverkar i bokens framträdande, samtidigt som dess verksamma plats i texten – ett delsystem i en ekologi – också bearbetar denna visuella historia.

Kvams verksamhet som serietecknare, formgivare och illustratör är orienterad mot deltagande i digitala nätverk, även utanför Narveslibiblioteket. Han arbetar aktivt mot och med sociala medier, och var tidigt i sin karriär involverad i serieportalen nettserier.no vars nätgemenskap och kreativa och kritiska feedback också inverkat på hans arbetsmetoder. Dagbladet plockade 2013 upp Kvams strippserie *Rygg og Katt* från nettserier.no för ett längre gästspel. Utöver att sociala medier och

SO, HOW  
SHOULD  
I CUT  
MY HAIR  
IF NOT  
LIKE  
THIS:



(Suggestion #17)

31 suggestions by ERLENDPK

olika nätgemenskaper på så vis utgör en viktig kanal för distribution och spridning av Kvams arbeten, inverkar de på den tecknade seriens objektsstatus och narrativens tematik.

I *So, how should I cut my hair if not like this:* (2019) verkställer Kvam en permuterande loop i ett slags remediering av en social medieplattform. Boken producerades på risograf genom den workshop i Bergen som Narveslibiblioteket deltog i under namnet *m00ds\_of\_norway* våren 2019. Narrativet är organiserat efter den fråga som formuleras på omslaget, och som inkluderar titeln och den figur som följer på texten (bild 7). Vidare klargörs att boken innehåller 31 förslag som svarar på denna fråga, formulerade av författarnamnet, som är skrivet för hand i blyerts. Relationen mellan paratextens bild och text utgör här det program som bestämmer och genererar den påföljande serien. Varje uppslag presenterar sålunda en variation på en bild och medföljande, kommenterande text, ofta med en drastisk, humoristisk och absurd vridning. Men omslaget använder sig också av ett av de objekt – förslag #17, med texten «Looks like brainy» – som serien realiserar för att formulera den regel som genererar objektet. Kvams bok opererar här på flera överlappande nivåer, med flera olika system. Förflyttningen av förslag #17 till det program som genererar förslaget blir en mycket tydlig exemplifiering av en medieekologisk återkoppling mellan delsystem. Den organisation av erfarenhet som mediet opererar efter, organiseras också genom mediets innehåll. En kreativ loop etableras mellan system och delsystem. Denna återkoppling är även operativ i den relation som varje uppslag etablerar mellan text och bild. Boken är sålunda verksam på en mängd överlappande nivåer. Men framför allt, precis som i *Weekend*, tillåts det enskilda delsystemet ha en kreativ effekt på den övergripande ekologiska organisationen av konstverket.

## Publikens samskapande: *Mennesker med håp for fremtiden 4*

Den fjärde utgåvan av *Mennesker med håp for fremtiden* får utgöra slutpunkt för min genomgång av Narves1bibliotekets medieekologiska deltagarestetik. Det passar att sluta här, för jag kan inte säga mycket om den. Jag har aldrig haft tillgång till *Mennesker med håp for fremtiden 4* som fysiskt objekt. Men genom intervjuer med Narves1bibliotekets medlemmar har magasinet innehåll och tillkomstprocess beskrivits för mig. Det enda jag har att utgå ifrån är dessa muntliga vittnesmål. Jag har tre bildfiler som dokumenterar magasinet produktionsförhållanden, bland annat ett plakat föreställande omslaget (bild 8). Men det är allt. Sedan Narves1bibliotekets gemensamma arbete formellt avslutades, och gruppen lämnade sin ateljé i centrala Oslo, tycks det råda oklarhet om var hårddiskarna med filerna till *Mennesker med håp for fremtiden 4* har tagit vägen. Ingen av gruppens medlemmar har heller tillgång till ett tryckt exemplar. Serieteket i Oslo har bekräftat att ett fjärde nummer av seriemagasinet producerades, men biblioteket har det inte i sina samlingar. Jag har tillgång till tidningen som fotografisk och muntlig representation, inte som objekt. Denna situation tycks mig likväl signifikativ för objektets samskapande och distribuerade tillkomstprocess.

*Mennesker med håp for fremtiden 4* producerades i samband med seriefestivalen Oslo Comix Expo våren 2017. Under festivalen ställde Narves1biblioteket en valstuga i parken utanför Deichmanbiblioteket i stadsdelen Grünerløkka. Stugan bemannades av kollektivets medlemmar, tydligt markerade med Narves1bibliotekets visuella profil. I stället för valsedlar var hyllor och pappersställ fyllda med material av ett mer varierat och svårbestämt slag, sorterade i buntar: korta artiklar, illustrerade texter, tecknade serier. Besökare instruerades att botanisera och plocka fritt. Urvalet togs sedan till en kassa, där det vägdes och prissattes enligt vikt, för att sedan föras med omslag, bindas samman



➤ Bild 8 Plakat föreställande omslaget *Mennesker med håp for fremtiden 4*.

och limmas. Resultatet blev ett nummer av seriemagasinet *Mennesker med håp for fremtiden 4*.

Narveslbibliotekets verksamhet strävar efter en ny form av kommunikation, en medieekologisk kommunikation, som respekterar delsystemens inverkan i en samskapande organism. *Mennesker med håp for fremtiden 4* finns inte som fixerat objekt. Materiellt och empiriskt har jag inte tillgång till det, men även teoretiskt utmanar magasinet föreställningen om ett enhetligt och autonomt kulturellt objekt. Varje exemplar av *Mennesker med håp for fremtiden 4* är i en mycket konkret och trivial mening unikt. Samtidigt är det ett utslag av en gemensam medieekologi, både i den specifika organisationen av objektets beståndsdelar och i relation till Narveslbibliotekets övergripande organisation. Och genom att min framställning nu kopplar *Mennesker med håp for fremtiden 4* till Narveslbibliotekets medieekologi aktiveras detta fysiska seriemagasin, som i min undersökning är obefintligt, som ett processuellt objekt, lika mycket som just *det* objektet också genererar framställningen. Här och nu är *Mennesker med håp for fremtiden 4* verksamt som ett delsystem i den medieekologiska organism Narveslbiblioteket utgör, och som också denna artikel ingår i, i en kvalitativ och icke-trivial mening. Denna samskapande kraft är konsekvensen av att Narveslbiblioteket organiserar och organiseras av publikens avgörande närvaro.

## Litteratur- och källförteckning

- Berry, D. & Dieter, M. (2015). *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design*. Palgrave.
- Bishop, R., Gansing, K., Parikka, J. & Wilk, E. (2016). *Across and Beyond: A transmediale Reader on Post-digital Practices, Concepts and Insitutions*. Sternberg Press.
- Bryant, L.R. (2014). *Onto-Cartography: An Ontology of Machines and Media*. Edinburgh University Press

- Burton, J. (2017). Metafiction and general ecology: Making worlds with worlds. I E. Hörl & J. Burton (red.), *General Ecology: The New Ecological Paradigm* (s. 253–284). Bloomsbury.
- Clarke, B. & Hansen, M.B.N. (2009). *Emergence and Embodiment: New Essays on Second-order Systems Theory*. Duke University Press.
- Cramer, F. (2015). What is «Post-digital»? I D. Berry & M. Dieter (red.), *Postdigital Aesthetics: Art, Computation and Design* (s. 12–26). Palgrave.
- Dongery (u.å). Hämtad 7. september 2021 från <http://www.dongery.no/>
- Enkerud, H.B. (2015) *Mennesker med håp for fremtiden*. Narves1biblioteket.
- Enkerud, H.B. & Korvald, C.B. (red.) (2016). *Mennesker med håp for fremtiden 3*. Narves1biblioteket.
- Fuller, M. (2005). *Media Ecologies: Materialst Energies in Art and Technoculture*. MIT Press.
- Gibson, J.J. (1986). *The Ecological Approach to Visual Perception*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Groensteen, T. (2007). *The System of Comics* (övers. Beaty, B. & Nguyen, N.). University Press of Mississippi.
- Gumbrecht, H.U. (2004). *Production of Presence: What Meaning Cannot Convey*. Stanford University Press.
- Hague, I. (2014). *Comics and the Senses: A Multisensory Approach to Comics and Graphic Novels*. Routledge.
- Halvorsen, L.J., Neple, A. & Bjerke, P. (red.) (2020). *Logikker i strid: Kulturrådets virkemidler på litteraturfeltet*. Fagbokforlaget.
- Hansen, M.B.N. (2015). *Feed-Forward: On the Future of 21st Century Media*. University of Chicago Press.
- Hayles, N.K. (1999). *How We Became Posthuman: Virtual Bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*. University of Chicago Press.
- Hörl, E. (2017). Introduction to General Ecology: The Ecologization of Thinking. I E. Hörl & J. Burton (red.), *General Ecology: The New Ecological Paradigm* (s. 1–73). Bloomsbury.
- Ingvarsson, J. (2020) *Towards a Digital Epistemology: Aesthetics and Modes of Thought in Early Modernity and the Present Age*. Palgrave Macmillan.



- Israelson, P. (2017). *Ecologies of the Imagination: Theorizing the Participatory Aesthetics of the Fantastic* [doktorsavhandling]. Stockholm University Press.
- Israelson, P. (2018). Bilden som gör förlutenhet: Den tecknade serien, medieekologi och minne i Maus och Vi kommer snart hem igen. *Barnboken*, 41. <https://doi.org/10.14811/clr.v41i0.365>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Kvam, E.P. (2018). *Weekend*. Grafiskie sråsti.
- Kvam, E.P. (2019). *So, How Should I Cut My Hair If Not Like This*. Pamflett publication.
- Latour, B. (1993). *We Have Never Been Modern* (övers. Catherine Porter). Harvard University Press.
- Ludovico, A. (2012). *Post-Digital Print: The Mutation of publishing since 1894*. Onomatopee.
- Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.
- Massumi, B. (2002). *Parables for the Virtual: Movement, Affect, Sensation*. Duke University Press.
- Massumi, B. (2011). *Semblance and Event: Activist Philosophy and the Occurent Arts*. MIT Press.
- McCloud, S. (1994). *Understanding Comics: The Invisible Art*. Harper Perennial.
- McLuhan, M. (2011). *Understanding Media: The Extensions of Man* (2. utg.). Ginko Press.
- McLuhan, M., Fiore, Q. & Agel, J. (1967). *The Medium is the Massage*. Bantam Books.
- Mirzoeff, N. (2005). *How to See the World*. Penguin.
- Mitchell, W.J.T. (1994). *Picture Theory*. University of Chicago Press.
- Mitchell, W.J.T. (2005). *What do Pictures Want?*. University of Chicago Press.
- Narves1biblioteket (u.å.). *Historien*. Hämtad 7. september 2021 från <http://www.narves1biblioteket.no/historien.html>
- Rosa, H. (2013). *Accelartion, modernitet och identitet* (övers. Joachim Retzlaff). Daidalos.

Rosa, H. (2019). *Resonance. A Sociology of Our Relationship to the World*  
(övers. James C. Wagner). Polity Press.

Round, J. (2014). *The Gothic in Comics and Graphic Novels*. McFarland.

Strate, L. (2017). *Media Ecology: An Approach to Understanding the Human  
Condition*. Peter Lang.

# Hack. Cory Arcangels medieintervensjoner

Eivind Røssaak

Du går inn i kunstgalleriet og møter en maskinlæringsbasert gaming-datamaskin som forsøker å lære seg dataspillet *Kim Kardashian: Hollywood*. På en hvit kube står maskinen med summende turbovifter. En rekke kabler åler seg over gulvet og bort til en storskjerm. Der vises selve spillbildet, inkludert maskinens «sansninger», «tanker» og handlinger uttrykt i sanntid som linjer, emoji'er og andre tegnsymboler (bilde 1). Målet med *Kim Kardashian: Hollywood* er å bli A-kjendis. Spilleren starter på laveste nivå, som E-kjendis. Tar spilleren oppdrag som modell, skuespiller eller klubbgjest, kler seg moteriktig eller går ut på date med rett person, øker fanskaren og muligheten for å stige til neste nivå. Den kunstige intelligensen kommer riktignok aldri så langt. Den roter rundt på nivå E og viser lite tegn til fremskritt.

Det verket jeg her beskriver, *Rodeo*, eller mer presist */roʊˈdeɪoʊ/ Let's Play HOLLYWOOD*, stod i hovedrommet på den Stavanger-bosatte kunstneren Cory Arcangels soloutstilling *Century 21* på Greene Naftali Gallery i New York i 2021.<sup>1</sup> I katalogteksten, som imiterer tech-

---

1 */roʊˈdeɪoʊ/* er ordet «rodeo» skrevet med fonetisk skrift. For bilder og en mer inngående beskrivelse av verket, se Cory Arcangel fine arts studio u.å.a. Flere av Arcangels arbeider omtales, forklares og vises på nettsiden hans, se Arcangel u.å.a.

industriens kvasi-intellektuelle og selvskrytende salg retorikk, står det at maskinsystemet er

the next leap in leadership-class computing systems for «end of civilisation» style durational moving image experiences. With */roʊˈdeɪoʊ/* we hope to be able to address, with greater complexity and higher fidelity, questions concerning who we are, our place on earth, and in our universe.<sup>2</sup>



➤ **Bilde 1** Cory Arcangel's dataspillinstallasjon */roʊˈdeɪoʊ/*: *Let's Play HOLLYWOOD* viser et avansert maskinlæringsystem som forsøker å lære seg spillet *Kim Kardashian: Hollywood*.

2 Cory Arcangel fine arts studio u.å.b.

*Century 21* bestod av en rekke verk som viste den siste utviklingen i Arcangels kunstnerskap, og utstillingen inneholdt også andre såkalte *boter* eller programvareagenter instruert til å foreta merkelige handlinger på ulike digitale plattformer. To boter spilte sjakk på Instagram ved å legge igjen kryptiske sjakk-koordinater på en rekke kjendisprofiler, en annen gjorde klikkagn-oppslag funnet via Googles søkemotor om til videoer på YouTube ved hjelp av en automatisert tekst-til-tale-til-video-prosess, og en tredje la igjen likerklikk på alle postene på Twitter-profilene til Elle, Equinor, Equinox og E-Trade Financial Corporation (Morgan Stanley).<sup>3</sup>

Utstillingen i New York tematiserte kjendiseriet og storkapitalens dominans i samtidskulturen, men det var gjort på en måte som fremhevet den digitale infrastrukturens fasiliterende rolle. Medieplattformene og særlig botene stod sentralt. Boter har i de siste årene fått større oppmerksomhet i forskningslitteraturen.<sup>4</sup> De er usynlige og overalt på nettet i dag. De utfører mange oppgaver. Noen boter fremstår som «snille», slike som Siri, Alexa og de over to tusen fire hundre godkjente redigeringsbotene på Wikipedia, mens andre er direkte «slemme», slike som sprer virus og falske profiler brukt i kyberterror og propaganda. I dag regner man med at femten prosent av aktiviteten på internett er generert av boter. I løpet av det neste tiåret vil antallet mangedobles, forventer forskere.<sup>5</sup> *Century 21* fremkalte en dyster uro og mange refleksjoner hos publikum. For eksempel: Kunstige intelligenssystemer er kanskje ikke så intelligente likevel, selv om de danner infrastruktur og hjertet i de fleste store selskaper og stater. De er

---

3 De tre arbeidene vises i fragmenter på YouTube (sist sett 02.05.22). De heter *we deliver / the king checked by the queen* (2020), vist som to skjermer i utstillingen (coryarcangel 2021a), *Related to Your Interest* (2020-pågående), en bot-drevet YouTube-profil vist på en skjerm (Related to Your Interest u.å), og *elleusa, equinor, equinox, etrade financial* (2020), fire skjermer stablet i høyden og omtalt av Arcangel som et verk i hans pågående «totem-serie» (coryarcangel 2021b).

4 Gehl 2014.

5 Gehl 2014.

kanskje mestere i sjakk, men kjendiseri forstår de ingenting av – foreløpig. Nyheter og sosiale profiler på nett skapes oftere og oftere av boter. Klikkfarmer og sosiale boter øker gjerne nett-trafikken og omsetningen. En informasjons- og deltakerkultur preget av robotsimulert deltakelse er vel ikke lenger en deltakerkultur, og sosiale medier dominert av transnasjonale selskaper er vel ikke lenger sosiale medier?

*Art in America*-redaktøren Brian Droitcour skrev om utstillingen:

The show's grim mood could be a sign of artistic maturity. Or maybe it is just the inevitable outcome of a new media artist working with an increasingly flat and corporatized mediascape, overrun by marketers and bots. Arcangel's art isn't getting worse; the world is.<sup>6</sup>

Observasjon og manipulasjon er sentrale strategier i Arcangels arbeider. Som en dokumentarist henter han frem og isolerer *utsnitt* fra en digital hverdag, som stilles til skue ved hjelp av hans egne medieteknikker, algoritmer og programvareagenter. I de botbaserte kunstverkene sine gjør Arcangel bruk av en såkalt skjermopptaker-programvare (*screen recorder*) som «filmer» de delene av botenes aktiviteter som er synlige på nettet. Slik skaper han en ny type dokumenterende videokunst hvor publikum ser et kvasi-menneske, egentlig en bot, i aksjon på nettet. Det er et dystert og monotont samspill mellom teknologi, næringslivsaktører og det sosiale, eller mellom plattform, kapital og brukere som trer frem i *Century 21*-utstillingen. Det er kanskje hans mørkeste utstilling til nå.

Digitaliseringen som et komplekst samspill mellom menneske og maskin har blitt utforsket i hele Arcangels karriere, og det er dette samspillet denne artikkelen vil undersøke gjennom analyser av ulike verk. Et sentralt fokus er Arcangels tidstypiske hackerteknikker tilpasset spesifikke medier og medieinfrastrukturer, som spill og sosiale

---

6 Droitcour 2021.

medier. Artikkelen baserer seg også på lengre samtaler med kunstneren selv.<sup>7</sup>

Det er innledningsvis nødvendig å si noen ord om begrepet infrastruktur. Man kan snakke om flere typer infrastrukturer knyttet til ulike sektorer – alt fra militære infrastrukturer til kunnskapsinfrastrukturer. Infrastrukturer skal blant annet sørge for en kontinuerlig flyt av varer og tjenester. I denne artikkelen er det særlige medieinfrastrukturer som er interessante. De tilrettelegger for og gir form til informasjons- og kommunikasjonsflyten i samfunnet. De er vilkåret for den audiovisuelle kulturen på nett.<sup>8</sup> Medieinfrastrukturer er både «fysiske formasjoner og diskursive konstruksjoner», understreker to fremstående forskere innenfor det som kalles kritiske infrastrukturstudier, Lisa Parks og Nicole Starosielski.<sup>9</sup> Medieinfrastrukturer eies og utvikles av en rekke stater og selskaper, de involverer forhandlinger om rettigheter og reguleringer på flere nivåer, og de markedsføres spekulativt i takt med kollektive forestillinger om funksjoner, bruk og misbruk.

Medieinfrastrukturens materialitet er kompleks og sammensatt. Det handler om alt fra transatlantiske internettkabler, via multinasjonale selskaper som Microsoft, Apple, Facebook og Google, og deres medieplattformer og tjenester, brukermuligheter og grensesnitt, og videre til datamaskiner og mobile medier og ned til signaltraffikkens mikronivåer i minnebrikker og kretskort. Arcangels arbeider opererer ofte på dette mikronivået ved hjelp av hackerteknikker knyttet til

---

7 Samtaler med Cory Arcangel i New York, Stavanger og Oslo, samt Zoom og Whereby-samtaler. I tillegg vil jeg takke A. Galloway, C. Paul, I. Blom, C. Refsum og S.Ø. Sæther som har lest og kommentert deler av manus, samt A.A.S. Hoel og forskerne ved Medieestetisk seminar ved Universitetet i Oslo hvor jeg la frem deler av argumentet, og denne antologiens redaktører og fagfelle, og de tidligere hackerne C. Jonassen og A. Wilhelmsen, for skjerpene kommentarer.

8 Parks og Starosielski 2015 og Røssaak 2020a.

9 Parks og Starosielski 2015. Kritiske infrastrukturstudier er en tverrfaglig humanioraretning fra de siste årtiene som analyserer verden gjennom dens infrastrukturer i vid forstand (se [Critical infrastructure studies.org](http://CriticalInfrastructureStudies.org) u.å). Se også Bowker & Star 1999; Bowker mfl. 2019; Appel mfl. 2015; Hörl 2018 og en oversikt i Røssaak 2020a.

programmering og omprogrammering. Han *rekontekstualiserer* og *omfunksjonaliserer* strømmer av bilder og uttrykk. Han har en egen evne til å hente frem små tekniske og audiovisuelle detaljer som er slående, vil jeg hevde, nettopp fordi de har potensial til å bli et signifikant bilde på eller en allegori over en større infrastrukturkritisk problemstilling knyttet til samspillet mellom menneske og maskin.

## Fra Chaplin til Arcangel

De fleste forholder seg til eller interagerer på den ene eller den andre måten med dagens medieinfrastruktur, gjennom mobiltelefoner, sosiale medieplattformer og strømmetjenester. Medieinfrastrukturen har blitt et omfattende miljø eller en livsverden for folk flest. Dette henger sammen med overgangen fra en industriell til en postindustriell økonomi, hvor informasjon eller data har blitt «den nye oljen», og hvor menneskelig aktivitet har blitt omdannet til registrerbare data. Denne datafiseringen av livet muliggjør nye styrings- og reguleringsteknikker. På den positive siden kan man si at de nye mediene har frigjort og tilgjengeliggjort nye kommunikasjons- og uttrykksmuligheter for folk flest. De negative sidene er kanskje mer komplekse og mindre synlige. Der industrikulturen la til rette for utnyttelsen av mennesket som arbeidskraft i fabrikken, omdefinerer de postindustrielle tech-selskapene arbeidsbegrepet i retning av såkalt «immaterielt arbeid», ved at nye medieteknikker legger til rette for utnyttelsen av all menneskelig aktivitet, sansning og fritid som råmateriale for databehandling.<sup>10</sup> Suksessfaktoren i sosiale medier (sett fra selskapenes perspektiv) ligger antakelig i at utnyttelsen er definert som en lek, som utfoldelse – uttrykk deg selv, bekjenn, lik og del! De nye mediene har hjernen, minnet og sansning eller *aisthesis*, som målskive, hevder filosofen Maurizio Lazzarato.<sup>11</sup> De griper dypt inn i menneskers

---

10 Terranova 2004; Lazzarato 2006; Zuboff 2019; Røssaak 2015 og 2020a.

11 Lazzarato 2006. Lazzaratos filosofi er diskutert i Røssaak 2015.



persepsjoner. Interaksjonen mellom mennesket og mediemaskinen er konfigurert slik at maskinen (sosiale medier eller søkemotorer) kybernetisk tilpasser seg brukerens personlighet i sanntid.

Kybernetikken ble lansert som en vitenskap om kontroll og kommunikasjon i USA i løpet av andre verdenskrig.<sup>12</sup> Den ble i første omgang brukt for å beregne missilbaner i våpensystemer, men angår i dag en rekke teknikker for kontroll av samspill i et gitt miljø hvor både organismer og ikke-organismer, mennesker og maskiner, er i spill. Disse teknikkene har utviklet seg over lang tid og parallelt med datamaskinen og nettet. Etter hvert som kapasiteten for databehandling og interaktivitet øker, jo større spillerom får kybernetikken som en styrings- og manipulasjonsvitenskap. De store tech-selskapenes medieinfrastruktur er i dag, som mediefilosofene Alexander Galloway og Erich Hörl understreker, kybernetisk.<sup>13</sup> Den tilrettelegger for effektiv bruk og omgang med nye medier og applikasjoner, samtidig som den kontrollerer og til en viss grad styrer og foregriper brukeradferd.

Hvis Charlie Chaplin i *Modern Times* laget komedie om arbeidslivet med industrielle maskiner på fabrikken, lager Arcangel komedie av den digitale hverdagens postindustrielle mediemaskiner eller medieinfrastrukturer slik de virker i dataspill og sosiale medieplattformer.<sup>14</sup> Hos Chaplin er skillet mellom maskinmiljø og fritid tydelig, for Arcangel finnes ikke et slikt skille. Maskinmiljøet er nesten grenseløst. Med digitaliseringen har medier – fra datamaskinen til plattformer og mobiltelefoner – blitt livets infrastruktur; de holder oss i live på sykehusenes intensivavdelinger og er kanaler for informasjon, kommunikasjon

---

12 Kybernetikkens historie undersøkes i Galison 1994, Tiqqun 2001 og Galloway 2014.

13 Se Galloway 2014 og Hörl 2018. Se også Crogan 2011 (som undersøker sammenhengene mellom kybernetikk og bruk av videospill i krigsforberedelser), Zuboff 2019 (som undersøker det «adferdsregulerende» aspektet ved medieplattformer), Røssaak 2020a (som diskuterer AI-drevne og såkalte smarte systemer) og Røssaak 2020b (som kobler Zuboffs perspektiv til kybernetikken).

14 Om medieplattformer som postindustrielle maskiner, se Blom 2020 og Røssaak 2020.

og personlig uttrykksbehov. De er i økende grad blitt menneskenes arkiv og bibliotek, hjerte, hjerne og blodomløp. Arcangel oppsøker generiske trekk ved dette medielivet, og han bruker sin kompetanse innen programmering og maskinspråk til å leke seg med grensesnit-tenes formatterende og styrende grep. Slik fremviser han hvordan den nye medieinfrastrukturen er aktiv og formende på en helt annen måte enn tidligere tiders medieinfrastrukturer, eller infrastrukturer på andre samfunnsområder, for eksempel infrastrukturer knyttet til veier, elektrisitetsnett og byrom.

Med internettet, digitale medieplattformer og en forretningsmodell basert på utnyttelsen og utvikling av personlige medier er infrastruktur blitt en mer flytende størrelse. Det er vanskelig å avgrense infrastruktur til kabler og skjermer når effektene de skaper rundt seg, er så kontrollerte og styrte som i dag. Signaltrafikken mellom maskin-vare, programmer, algoritmer og brukere er blitt så intens at brukeren kan sies å være *infrastrukturert* på en helt annen måte enn tidligere. Brukerens loggførte aktivitet mates nemlig inn igjen i systemet, kvernes av AI-drevne medieinfrastrukturer og legger grunnlaget for en ny input/output-loop kontinuerlig. Dette har skapt en flytende medieinfrastruktur hvor mennesket er både programmert og programmerende, ufritt og fritt på uoversiktlige måter. Arcangel opererer innenfor denne nye flytende digitale infrastrukturen. Hans ulike verk griper inn i deler av den, omfunksjonerer den og belyser den, og kanskje slipper han på den måten løs nye forestillinger om hvordan maskiner kan brukes.

Arcangels strategi har fellestrekk med kritiske infrastrukturstudier ved at han implisitt spør hva infrastruktur egentlig er i en teknologisk omskiftelig verden. Hvilke mekanismer binder oss til de nye maskinene og plattformene? Hvilke mekanismer styrer og begrenser utfoldelsesmulighetene? Hvilke mekanismer reduserer menneskelige uttrykk og ytringer til lett kvantifiserbare likerklipp? Men Arcangel tar infrastrukturkritikken inn i en mer aktivistisk og til dels komisk retning. Gjennom kunstneriske mikroanalyser av program, system, bruker og uttrykk belyser han samspillet mellom mennesker og maskiner.

Jeg vil analysere et utvalg mediesystemkritiske verker fra det jeg ser på som tre faser i Arcangels karriere. *Super Mario Clouds* fra 2002 eksemplifiserer strategier fra en tidlig eksperimentell fase (2000–2004), preget av deltakelse i hackergrupper i New Yorks semi-kunstneriske undergrunn.<sup>15</sup> Flere av verkene fra denne fasen knytter an til videospillkultur. I den neste fasen (2005–2014) er Arcangel blitt en etablert ung kunstner, og han allierer seg i perioder med toneangivende undergrunnsentreprenører og medieutviklere i New York som Jonah Peretti og YouTube-re i BuzzFeed-miljøet. Flere av verkene fra denne perioden handler om sosiale medier, som videoen *A Couple Thousand Short Films About Glenn Gould* (2007) og boka *Working On My Novel* (2014). I den siste og fortsatt pågående fasen flytter han til Norge (i 2015) og samarbeider blant annet med russiske Olia Lialina (fra 2016 til 2018) og den belgisk-nederlandske kunstnerduoen JODI (i 2021). I denne fasen blir verkene mer eksplisitt samfunnskritiske og involverer eksperimenter med kunstig intelligens og boter, som i soloutstillingen *Century 21*. Det kritiske blikket på medieinfrastruktur blir særlig tydelig nettopp her, og utstillingen setter en tone for måten jeg vil undersøke de eldre arbeidene på.

## Hackernetverket

Arcangels gjennombrudd kom i årene 2000–2004. Han befant seg i generasjonen mellom 1990-tallets net.art-bevegelse og de såkalte postinternettkunstnerne som kom omkring 2010.<sup>16</sup> Han kombinerte den hackerorienterte *hands-on*-tilnærmingen fra net.art med postinternettkunstens sans for generiske rariteter inspirert av nettsurfing. Slik ble han en av de sentrale forpostfektene som gjorde 2000-tallets nye

---

15 Arcangel var aktiv i [datamusikk- og hackergrupper som Beige Programming Ensemble, Paper Rad og Radical Software Group \(med Alexander Galloway\)](#).

16 Lialina 2013.

mediekunst interessant på kunstfeltet.<sup>17</sup> Men i motsetning til noen av samtidskunstens mest populære mediekritiske kunstnere som Hito Steyerl og Trevor Paglen, som tilstreber en mer high-fi produksjonsstil gjerne utviklet i samarbeid med forsknings- og ingeniørmiljøer, befinner Arcangel seg snarere innenfor en low-fi-tradisjon som fremhever en hjemmesnekret gjør-det-selv-stil. «We were not *artists* making *works*, but instead, we were *nerds* making *projects*», hevder Arcangel i et tilbakeblikk.<sup>18</sup> Han fremhever det «enkle» og «dumme», snarere enn det perfekte og sømløse, i en slags skøyeraktig hackerstil.<sup>19</sup>

Begrepet «hacker» er i dag en uklar term. Termen ble først brukt i datateknisk forstand i 1959 om unge dataprogrammerere på MIT som på natten snek seg inn på AI-laben for å utvikle kreative og alternative fremgangsmåter for å løse programmeringsproblemer på tidlige datamaskiner. Arbeidet deres har blitt sett på som avgjørende for PC-revolusjonen et par tiår senere.<sup>20</sup> Utover på 1980-tallet førte utbredelsen av teknofobi og nye lovreguleringer som *Computer Fraud and Abuse Act of 1986* i USA, til en kriminalisering av hacking.<sup>21</sup> Prinsipielt kan man skille mellom hackere som bruker sin kompetanse til å begå kriminelle handlinger, såkalte *black hat hackers*, og hackere som bruker sin kompetanse for etiske formål, som å avsløre kriminalitet eller å avdekke svakheter i et system for å hjelpe en bedrift, såkalte *white hat hackers*.<sup>22</sup> Arcangel befinner seg i en tredje kategori hackere som bruker kompetansen for kunstneriske og kritiske formål i tradisjonen etter net.art-kunstnere som JODI og Olia Lialina. JODI er kjent for å estetisere datafeil og *glitches* på nettsider og dataspill, og Lialina var blant de første som gjorde internettet til en kunstarena. Hun har blant annet dokumentert og reddet for fremtiden de personlige uttrykkene

---

17 Samtale med Christiane Paul i New York.

18 Arcangel 2017.

19 Samtale med Cory Arcangel.

20 Levy 1994.

21 Galloway 2015: 70.

22 Metha 2020.

som fantes på den nå nedlagte plattformen GeoCity (en forløper til Facebook). Juridisk sett befinner disse kunstnerne seg som regel innenfor det som i USA omtales som «fair use» når de gjenbraker kulturelt innhold beskyttet av opphavsrett for kunstneriske formål.

## Tukling med minnet

Arcangels mest berømte arbeid fra den tidlige perioden er en dataspillhack fra 2002, *Super Mario Clouds*. Arbeidet lå lenge uoppdaget som en GIF-fil med instruksjoner på hans egen hjemmeside under et motto fra hackerpseudonymet Anon: «you mess with the best, you die like the rest».<sup>23</sup> Presentasjonsstilen signaliserte tilhørighet til den populære undergrunnskulturen «cracker culture», en utbredt hackerkultur som «konkurrerte» i knekking og fjerning av koder for beskyttelse av opphavsrettigheter i særlig dataspill.<sup>24</sup> I 2004 ble Arcangels arbeid hentet inn på Whitney-biennalen, og hackeren ble anerkjent som kunstner.

*Super Mario Clouds* var basert på det ikoniske Nintendo-spillet *Super Mario Brothers* fra 1985. Arcangel foretok to grunnleggende tekniske operasjoner med spillet: restaurering og omfunksjonering. Restaureringen innebar at spilllets opprinnelige datamaskinavhengige estetikk fra 1985 ble ivaretatt, mens omfunksjoneringen ødela spilllets interaktive funksjon – samtidig som et nytt kunstnerisk uttrykk ble skapt. Operasjonen avvirket den funksjonelle og kommersielle attraksjonen ved spillet til fordel for en utgraving av andre tekniske og estetiske lag i spillmaskinen.

Arcangels teknikk i arbeidet med *Super Mario Clouds* var banebrytende fordi den innebar en særegen modifikasjon av både *software* og *hardware*, både programvare og maskinvare. Teknikken kalles en *game mod* eller «spillmodifikasjon» innenfor hackerkulturen.<sup>25</sup> Arcangel

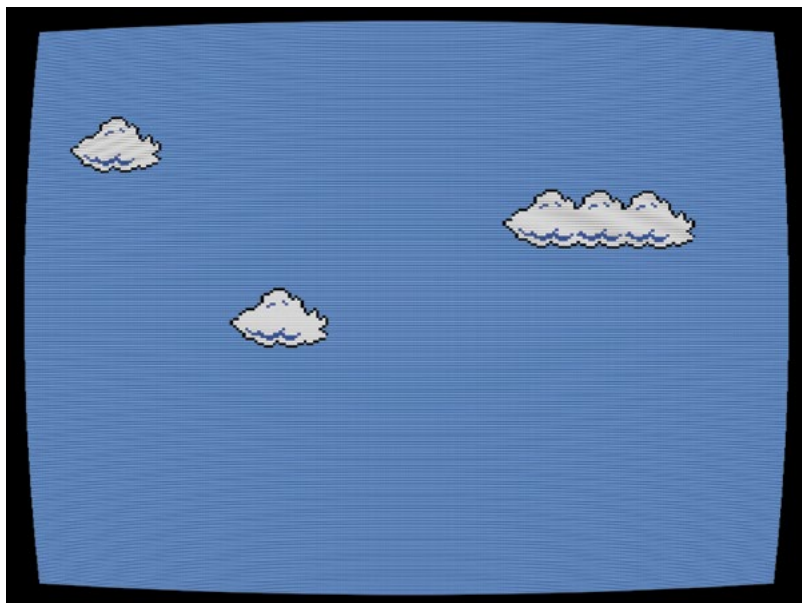
---

23 Arcangel 2005.

24 Arcangel 2005.

25 Galloway 2006.

modifiserte spillet ved å endre data i spillets minne eller ROM. ROM betyr *read-only memory*, det vil si at dette er et dataminne som ikke kan overskrives med nye minner eller nye koder. Det er i dette «lukkede» minnet selskapet, Nintendo, plasserer sine patenterte spillspesifikke instruksjoner. En såkalt ROM-hack byr på en rekke utfordringer. Først måtte Arcangel fysisk åpne opp Nintendos spillkassett (en *ROM cartridge*). ROM-kassetten i Nintendos spillmaskin består av et kretskort med to sentrale minnebrikker: programminnebrikken (PRG) og grafikkminnebrikken (CHR). Den første brikken, «lagersjefen», styrer alle spillbevegelsene ved å instruere den andre brikken, «varelageret», om å sende elementer fra spillverdenen, som visse figurer (pikselmosaikkfliser), musikk og farger, til skjermen.



➤ **Bilde 2** Retroestetikken i skyene som går i loop i Cory Arcangels arbeid *Super Mario Clouds*, er blitt ikonisk for hans stil og virke som kunstner og hacker.

Det Arcangel gjorde, var bokstavelig talt å fjerne lagersjefen fra kretskortet ved hjelp av loddebolt og avbitertang. I dens sted satte han inn en ny mikrobrikke med det vi kan kalle falske instruksjoner. Den nye brikken inneholdt en ny algoritme skrevet på assemblerspråk 6502, et nødvendig programmeringsspråk for hackere som arbeider med eldre datamaskinsystemer. Den nye algoritmen var en svært nedstrippet versjon av originalen, et lite fragment på i underkant av tre hundre linjer med koder. Operasjonen innebar at spillet ble «visket ut» (*erased*), og man satt igjen med en liten algoritme som gjentok en enkel instruksjon: Send hvite skyer og en blå himmel til skjermen, ikke noe mer!<sup>26</sup>

```
load_clouds:
lda [addr],y
sta $2007
iny
bne load_clouds
txs
ldx #$01
inc addr,x
tsx
dex
bne load_clouds
```

Algoritmen, som her gjengis i et lite utdrag, ber grafikkminnebrikken laste opp skyer. Den angir også skyenes karakteristiske form og plassering i bildet. Interaktiviteten, lydsporet, Super Mario-helten og landskapet som utfordret ham, er fullstendig fjernet. Spillet er ikke lenger et spill, men en liten maskin som sender skyer i loop til en skjerm (se bilde 2). Dataspillet er gjort om til en videokunstmaskin.

---

26 Arcangel 2005.

## Mediemaskineriet synliggjøres

Nintendo-spill fra 1985 hadde to sentrale maskinvarebegrensninger: spillprosessorens 8-bit-teknologi og dens samspill med billedrør-TV-teknologien, som var dominerende før den kommersielle lanseringen av LCD- og plasma-skjermer. 8-bit-teknologien assosieres i dag med en databasert retro-estetikk fra 1970- og 1980-tallet. Ut fra dagens standard fremstår de grafiske dataelementene som grovkornete og klossete (se bilde 2). Billedrør-TV-bildet ble dannet ved at en elektronstråle «sveipet» 60 ganger i sekundet over skjermen og bygget opp et bilde. Sveiperytmen i denne teknologien er så rask at den er usynlig for øyet. Bevegelsen på skjermen ble i de gamle Nintendo-spillene skapt ved at grafikkbiter fra spillet ble sendt til – «tegnet» eller «malt» på – skiftende koordinater på TV-skjermen.<sup>27</sup> Derfor ser bevegelsen i bildet relativt jevn ut. Det Arcangel gjør i sin modifikasjon, er også å senke tempoet. De ensomme bevegelige skyene fra spillets grafikk er programmert til å skifte koordinater på TV-skjermen mye langsommere enn i det originale spillet. Slik trer det «kunstige» ved bevegelsen enda tydeligere frem. Grafikkens bevegelse fjernes ytterligere fra spillverdenens funksjonelle tempo, og publikum tas med inn i andre intervaller, i en annen rytme og i en annen estetisk innstilling.

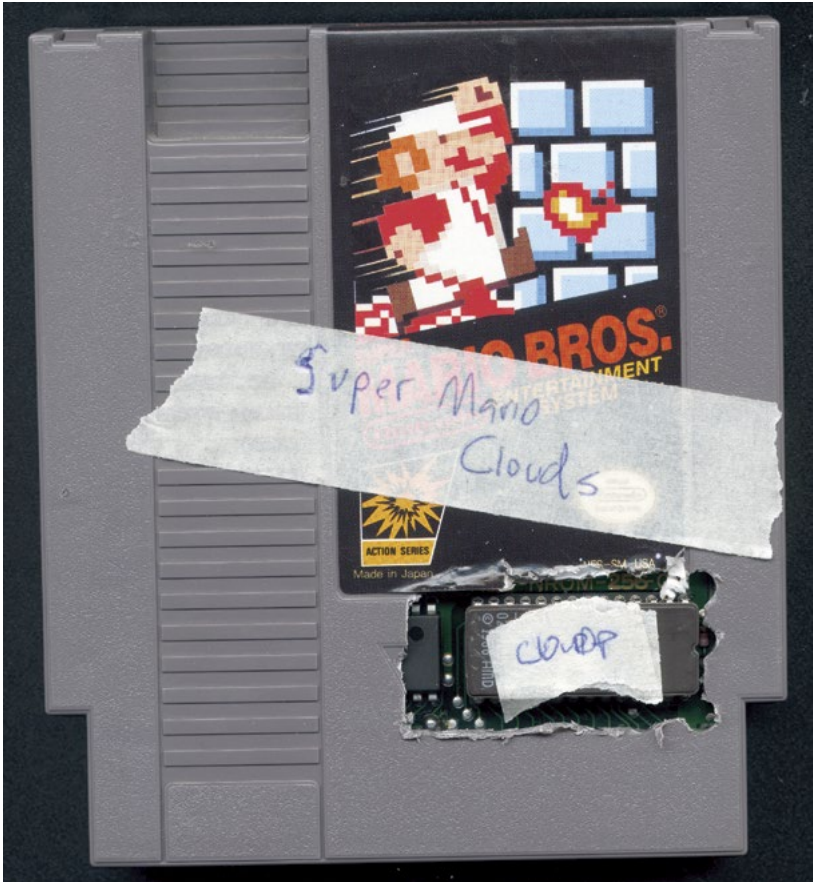
Mediemanipulasjonene i *Super Mario Clouds* fører til at publikum ikke kan være spillere, men at de snarere blir reflekterende betraktere. De befinner seg ikke i spillets interaktive og handlingspregede bilde, men i et annet bilde. Figurene, fargene og bevegelsene i bildet viser ikke lenger primært til handlingselementer i et narrativ. De betjener ikke lenger et spill. Skyene er ikke lenger en bakgrunn for spillets handlingsbilde, de er blitt en forgrunn og en anakronisme som fremhever en pikselert retro-estetikk. Arcangels mediearkeologiske utgravning fremhever en eldre teknologiske estetiske og teknologiske kvaliteter.<sup>28</sup> Bildets

---

27 Arcangel 2005: 110.

28 Wolfgang Ernst (2021) omtaler denne tendensen i deler av mediekunsten som en radikal eller artistisk form for mediearkeologi.





➤ **Bilde 3** Cory Arcangel fremhever ofte hvordan flere av arbeidene hans er basert på hacks og mediemanipulasjoner. Her med en ødelagt Nintendo-spillkassett med en «falsk» minnebrikke stikkende ut.

minimalistiske estetikk fremhever den gamle teknologiens begrensninger. Spilletts verden nedtones, og maskinvarens, programvarens og skjermvarens begrensninger og virkemåter fremheves. Kort sagt:

Mediemanipulasjonen trer inn i forgrunnen. Dette understrekes også ved at utstillingspresentasjoner av *Super Mario Clouds* alltid ledsages av et katalog- og pressebilde av en ødelagt Nintendo-spillkassett. Kassetten som avbildes, har en rift eller åpning som vises i nedre del av bildet (bilde 3), hvor den nye mikrobrikken, som er altfor stor, stikker ut som en mikroskulptur. Slik rettes oppmerksomheten mot mediemanipulasjonens hjerte, programminnebrikken.

Arcangel understreker i en kommentar at skyene i bildet ikke er hans egne, men består av industriproduserte designvarer fra Nintendo:

I only modify the program chip, and I leave the graphic chip from the original game intact. Therefore, since I do not touch the graphics from the original cartridge, the clouds you see are the actual factory soldered clouds that come on the Mario cartridge. There is no generation loss, and no «copying», because I did not even have to make a copy. Wasss up.<sup>29</sup>

Dette er i og for seg riktig, men både fargene, tempoet og til og med skyenes utseende og plassering er litt endret i Arcangels hack. Disse små endringene har fått en del oppmerksomhet innen den akademiske disiplinen *critical code studies*, som i noen tilfeller blir overmåte retts-teknisk i sin tilnærming, og noen hevder at Arcangels hack egentlig ikke gjenbrakte Nintendos skyer, fordi han «håndlaget» hele kodestrukturen fra scratch.<sup>30</sup> Det er riktig at han måtte skrive inn kodene på nytt, og han la inn noen små endringer i koden her og der, men disse kodene fungerte som instruksjoner, eller protetiske hender, som gikk inn i det originale grafikkminnet, Nintendos varelager, og hentet ut deler av de originale varene. Skyene ligger ikke i varelageret som hele skyer, men som små pikselmosaikkfliser som til sammen danner en typisk Nintendo-sky. Så selv om Arcangels skyer er litt ulike dem som vises i det originale spillet, er de likevel fabrikkbaserte skyer – med en kunstnerisk vri som ytterligere, vil jeg si, fremhever det medietekniske grepet.

---

29 Arcangel 2005.

30 Altice 2013 og LeMieux 2017.

I og med at endringene og kodemanipulasjonene opererer innenfor de allerede industribestemte pikselmosaikkflisene som ligger i grafikkminnet, handler dette om en finurlig form for, ikke «found footage», men «found pixels». Den pikselmosaikken som danner skyene, er med andre ord hentet fra spilllets virtuelle varelager og kan sies å være en type virtuelle *readymades*. Arcangels hack intervenserer i informasjonssamfunnets fabrikklokale, hvor det som manipuleres og gjenbrukes er data og informasjon (pikselmosaikkfliser), heller enn fysiske varer. Hans fremgangsmåte dreier seg altså om en form for gjenbruk av populærkultur og forbruksvarer, slik vi finner den i kunsten i tradisjonen fra Duchamp og Warhol og videre inn i den postkonseptuelle kunsten. Noen har faktisk hevdet at mediekunsten med *Super Mario Clouds* fikk en «playful rearticulation of Duchamp's *Fountain*». <sup>31</sup> Duchamp er unektelig en inspirasjonskilde for Arcangel, men likheter og ulikheter i forhold til *ready-made*-tradisjonen er for omfattende å gå inn på her.

Jeg vil bare kort nevne noe i forlengelse av de analyser av *ready-made*-tradisjonen som hevder at Duchamps interesse for den industriproduserte varen som kunstobjekt, også tematiserer forvandlingen av håndverk og kunnskap etter den kapitalistiske masseproduksjonsteknikken. <sup>32</sup> Arcangel plasserer, som Duchamp, industriproduserte varer inn i kunstgalleriet. Men en sentral forskjell mellom de to er at Arcangel opererer innenfor en digital informasjonskapitalisme og ikke innenfor den før-digitale industrikapitalismen, som Duchamp. Arcangel fremhever den digitale varens hybride karakter ved å gå inn i varen, inn i spillkassetten. Kretskortet i kassetten viser, for ham, at varens bildeproduserende «maskin» ligger i programvaren, i usynlige koder som skaper synlige bilder. På hacktivistisk vis intervenserer han i infokapitalismens maskiner. Dette er egentlig et forbudt område. Infokapitalismen forsøker å opphavsrettighetsbeskytte nye maskiner, koder, algoritmer og programvarer. Det var

---

31 Lohmeyer 2018: 14. Lohmeyer skriver at designhistoriker John Sharp (2015) hevder dette, men siden Sharp ikke hevder dette i sin bok, er påstanden antakelig Lohmeyers.

32 Roberts 2007 og Ngai 2020.

lenge umulig for tech-selskaper å patentere programvare, fordi jurister så på dem som matematiske innovasjoner som burde behandles som vitenskapelige sannheter og naturlover som ikke kunne patenteres. Ikke før i 1981 anerkjente høyesterett i USA patentering av programvare, og argumentet da var at programvarer også kunne sees på som en innretning som gjorde «generelle» datamaskiner om til «spesifikke» maskiner som kunne utføre spesielle oppgaver.<sup>33</sup> Først da ble programvaren en «vare» som det ble mulig å bygge en økonomi rundt. Arcangel intervenserer altså ikke bare i en spillmaskin, men også i den nye programvareøkonomien.

Kunsthistoriker John Roberts mener at Duchamps readymades må tolkes i lys av blant annet industrikapitalismens nye produksjonsteknikker og utfasingen av det håndverksmessige til fordel for produksjonslinjer.<sup>34</sup> Arcangels intervensjon i spill- og programvareindustrien belyser en annen side ved produksjonslinjens forvandling etter digitaliseringen: programmeringens rolle. Hans tidlige motto – «All I do is steal and recycle code»<sup>35</sup> – spiller på det hackeretiske prinsippet om åpenhet og deling. De programmeringselementer som han stjeler og resirkulerer, kommer fra både programvareindustrien og hans eget hackernetzverk. Programvareindustrien organiseres gjerne i form av produksjonslinjer og såkalte *software tool chains*, ofte i lavkostland, hvor arbeidere taster inn opphavsrettighetsbeskyttede koder under streng bevoktning. Hackernetzverkene derimot er utspreddt og utvikler sine hacks gjennom delingsnetzverk. Arcangel navngir en rekke hackere som han låner tricks fra.<sup>36</sup>

Hvis man godtar premisset fra McKenzie Warks *A Hacker Manifesto* om at hacking er et frigjøringsarbeid, kan hackerne fungere som et motkulturelt fellesskap som frigjør og tar de industriproduserte

---

33 Chun 2011: 4.

34 Roberts 2007: 81f. Roberts tolkning er interessant, men kan problematiseres ved at Duchamp senere godtok og signerte håndverksbaserte kopier av de opprinnelige readymadene.

35 Arcangel 2005.

36 Arcangel 2005.

programvarene fra kapitaleierne.<sup>37</sup> Samtidig finnes det et skjebnefelleskap mellom de anonyme og lavtlønnede programmererne, som står for spillindustriens såkalte «ghost work», og de vanligvis anonyme hackerne.<sup>38</sup> Arcangels hack fremviser ikke bare spillmaskineriets indre logikker og appropriasjonskunstens kritiske forvandlinger, den peker også mot uventete motkulturelle allianser under infokapitalismen. Arcangels hack avviker den tradisjonelle spill-interaktiviteten og viser spillet i det store bildet.

## Nettet som musikkinstrument

Arcangels neste fase, 2005–2014, belyser menneskets kobling til maskiner ved å sette et søkelys på sosiale medier. De nye sosiale mediene fungerer langs to akser i menneske–maskin–samhandlingen. På den ene side frigjør de et folkelig uttrykkspotensial; på den andre side standardiserer og monitorerer de uttrykkene – for profit. Facebook kom i 2004 og ble tilgjengelig for alle i 2006, YouTube i 2005 og Twitter i 2006. De gjorde det mulig også for tech-ukyndige å publisere direkte på nett innenfor grensene av plattformenes innebygde maler og formater.<sup>39</sup> Det førte til en eksplosjon av bilder, bekjennelser og folkelig uttrykk. På bare noen få år ble det plutselig publisert flere tekster, bilder og lyder enn til sammen i menneskehetens tidligere historie.<sup>40</sup> Samtidig som disse plattformene ga folk flest en mulighet til å uttrykke seg, begynte de allerede i de første årene å utvikle forretningsmodeller og teknikker som gjorde det enkelt å dra nytte av brukerdata for komparative og segmenterende stordataanalyser av populasjoner. Denne plattformiseringen av sosiale relasjoner førte til en maktasymmetri mellom medieindustrien og mediens brukere, uten sidestykke

---

37 Wark 2004.

38 Royer 2021

39 van Dijck mfl. 2018.

40 Floridi 2014.

i mediehistorien.<sup>41</sup> Medieindustrien fikk eksklusiv tilgang på brukerdata og publikasjonsarkiver, noe som i neste omgang muliggjorde at brukeren kunne monteres inn i kybernetiske feedback-loops, hvor brukeren monitoreres og delvis styres dynamisk; brukerdata analyseres og tilrettelegges for målrettet reklame og anbefalingsalgoritmer og kan skape såkalte ekkokamre. Hackere og uavhengige entreprenører reagerte tidlig på utviklingen. De utviklet, før den akademiske kritikken av plattformene kom på banen, nye intervensjonsteknikker, slik at også andre kunne selektere, studere, forvandle, organisere og redistribuere brukergenerert innhold på nett. Innovatøren og entreprenøren Jonah Perettis forskningsprosjekter *Contagious Media* og *Reblog ved Eyebeam R & D Openlab (2003–2007)* og *BuzzFeed Laboratories (2009–2010)* i New York ble toneangivende på dette området.<sup>42</sup>

Perettis prosjekter undersøkte meme-logikker og eksperimenterte med bot-teknologier og automatiserte former for kopiering og redistribusjon eller reblogging av tematiske elementer fra nettets nye informasjonsoverflod. Peretti ansatte Arcangel som kunstner på prosjektene sine, og Arcangel utforsket særlig hvordan Google, YouTube og Twitter som sosiale kvasi-arkiver kunne behandles kunstnerisk. Han spesialiserte seg på en hacker-teknikk som brukte boter og programvarer til å bryte plattformenes datastrømmer og omstøpe dem til former (melodier og fortellinger) lånt fra klassisk musikk og litteratur.

Arcangels videoarbeid *A Couple Thousand Short Films About Glenn Gould (2007)* bestod av om lag ett tusen to hundre videofragmenter hentet fra YouTube av el-gitarister og keyboardister som spilte forskjellige soloer hjemme i stua si (bilde 5).<sup>43</sup> Til dette arbeidet hadde Arcangel laget et musikkvideoredigeringsprogram, *Gould Pro*, som kunne analysere hele 44100 samples i sekundet og isolere enkelttoner

---

41 Zuboff 2019.

42 Rice 2013 og Wu 2016.

43 Arcangel u.å.b.

fra tusenvis av musikkvideoer.<sup>44</sup> Med et nikk til de første lydeksperimentene blant hackerne på MIT på 1950-tallet, hvor en abstrakt datastrøm ble bearbeidet til å spille Bach, satte Arcangel sammen videofragmentene fra YouTube til en audiovisuell datastrøm som spilte den tyske komponistens «Goldbergvariasjon nr. 1».<sup>45</sup> Videoen er også en spøkefull hyllest til mesterpianisten Glenn Gould og hans to innspillinger av nettopp Goldbergvariasjonene. Gould oppga tidlig konsertopp-tredener til fordel for perfektjonering i innspillingsstudioet. Allerede i sin første innspilling av verket fra 1955 tok Gould i bruk den da uvanlige etterredigeringssteknikken med å slette og erstatte svakt utførte anslag med nye og bedre.<sup>46</sup> Tittelen på Arcangels musikkvideo har endelig en lekende referanse til François Girards film *Thirty Two Short Films About Glenn Gould* fra 1993. Om Girards film dyrker den mystiske og inspirerte Gould, så hyller Arcangel Gould som postproduksjonskunstner *avant le lettre*.<sup>47</sup>

Paul Morley, britisk musikkjournalist og medlem i gruppa Art of Noise, har argumentert for at Arcangels programmeringsteknikk har bidratt til å endre ideen om musikkfremførelse og opptak.<sup>48</sup> *Gould Pro*, eller Glenn-Gould-som-programvare, kunne spille hva som helst med matematisk presisjon. Programvaren tydeliggjør koblingen mellom kropper, lyd og informasjon, gjennom at spillende kropper behandles som «postkroppslige» informasjonsbiter, hvor musikernes personlige uttrykk komprimeres til kodete mikroklipp. Nettet blir et musikkinstrument spilt av en virtuos maskin, *Gould Pro*.

---

44 Arcangel u.å.c.

45 Omtalt i Levy 1994.

46 Arcangel i Connor 2008: 245.

47 Postproduksjon er en teknisk term først og fremst brukt innen TV, film og video ofte knyttet til etterredigering og montasjeteknikker. Kurator og kritiker Nicolas Bourriaud (2002) omtaler en gruppe 1990-tallskunstnere som postproduksjonskunstnere, men da i en utvidet forstand. De skaper kunstverk basert på allerede eksisterende verker eller tilgjengelige kulturprodukter. Arcangel kan også sies å tilhøre denne utviklingen, men da i den forstand at de produkter han forholder seg til, kommer fra spill- og internettkultur.

48 Morley 2008: 3.

I min analyse er det viktig å understreke databehandlingsteknikkens sentrale rolle. Den er minst like viktig som det audiovisuelle uttrykket. Teknikken impliserer en vending bort fra antroposentriske forestillinger om sosiale medier som et sted for personlige uttrykk, musikk og fremførelse, til fordel for YouTube som et arkiv som kan databehandles, det vil si, som kan manipuleres matematisk. Arcangel behandler brukernes videoklipp som en form for stordata, og han manipulerer dem ved hjelp av stordataanalyse – ikke helt ulikt hvordan tech-gigantene selv analyserer data i sine egne kybernetiske kontroll- og manipulasjonsmekanismer. Det er programvaren, *Gould Pro*, som segmenterer og grupperer de individuelle videoene. Det skjer riktignok ikke ut fra for eksempel smaksvalører og likerklikk, som i tech-gigantenes programvare, men ut fra tonevalører.



↗ **Bilde 4** Videoarbeidet *A Couple Thousand Short Films About Glenn Gould* (2007) bestod av om lag ett tusen to hundre videofragmenter hentet fra YouTube og omredigert av Arcangels hjemmelagde musikkvideoredigeringsprogram, *Gould Pro*.



Arcangel skapte en rekke *Gould Pro*-baserte musikkvideoer i perioden 2007–2011. Et annet eksempel er *Paganini Caprice No. 5* hvor hundrevis av YouTube-gitarister mikses sammen til å spille en note hver i Paganinis lynraske *Caprice No. 5*. Den raske montasjen skaper nesten et rent bildeflimmer eller en visuell dataflicker over en velkjent melodi.<sup>49</sup> Kuratorene Dietrich Diederichsen og Oier Etxeberria omtaler videoene treffende som «a form of cybernetics of the poor», fordi de bruker storkapitalens kybernetiske teknikker, men i low-fi gjør-det-selv-stil, uperfekt og til andre formål.

Cory Arcangel teaches us the notoriously difficult virtuosity of Paganini [or Bach or Gould] the same way that computers process and control the world: by sampling an unimaginable number of individual guitar players, whose swarm intelligence or ant-like ambition makes them seem, in a sense, themselves a kind of random access memory.<sup>50</sup>

Arcangel griper her altså ikke bare inn i et isolert teknisk system som i *Super Mario Clouds*, men i en mer omfattende medieøkologi: tech-industriens plattformer som en infrastruktur for kybernetisk kontroll, det vil si for databehandling og styring av brukerpopulasjoner. Hans manipulasjon fremhever datafiseringen av den nye uttrykkskulturen. Men i stedet for å fremheve det fremmedgjørende ved teknologien lar han informasjonsbitene spille virtuos musikk på en karnevalesk måte. Det opphøyde og sakrale (Bach eller Paganini) møter det populære (rockegitaristen) og hverdagslige (hjemmevideoen). Det karnevaleske kommer ikke minst til uttrykk i kattevideoen *Drei Klavierstücke op. 11: Cute Kittens* (2009) hvor hundrevis av kattevideoer, nettets mest yndede uttrykk, remikses maskinelt slik at kattene spiller et berømt pianostykke av atonalitetens mester Arnold Schönberg. Dette ble raskt Arcangels mest likte verk på YouTube.

---

49 Se coryarcangel 2011.

50 Diederichsen og Etxeberria 2020: 218.

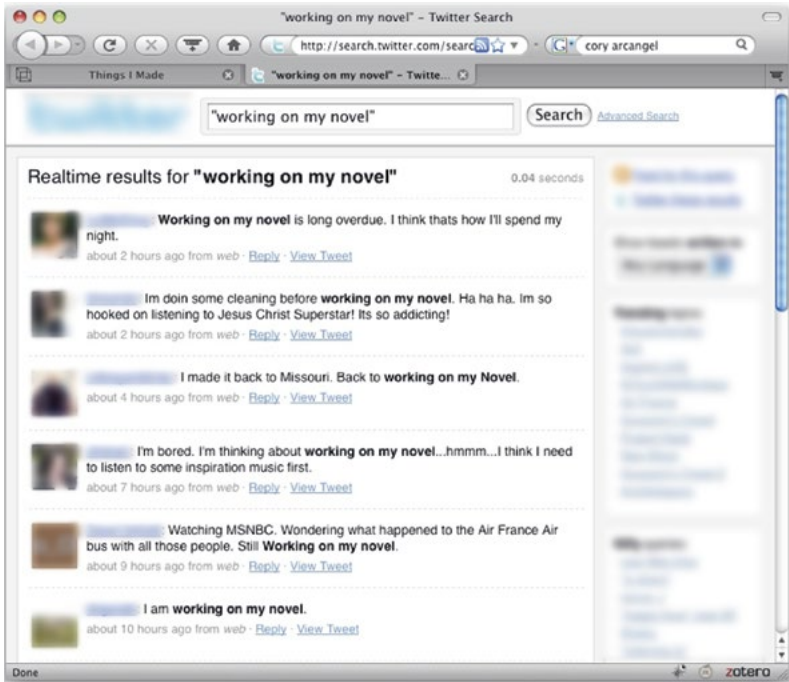
## Twitter som bok

Bokutgivelsen *Working On My Novel* fra 2014 avslutter det vi kan kalle remiks-fasen i Arcangels karriere (bilde 5). Også dette arbeidet er basert på analyse av data fra et sosialt medium, denne gang Twitter. I de første årene etter opprettelsen var Twitter i visse henseender et tungvint og lite oversiktlig medium. Det var ikke mulig for brukerne å etablere egne arkiv, og plattformen manglet en god søkefunksjon. Heller ikke den sentrale hashtag-funksjonen fantes da. Det var bare Twitter selv som hadde den fulle oversikten over deres eget samtids-arkiv, et arkiv preget av en eksplosiv dokumentakkumulasjon i sanntid.

Arcangel utforsket Twitter ved å foreta en rekke søke- og organiseringseksperimenter som kunne synliggjøre kollektive strømninger i materialet. Han var særlig interessert i hvordan uttrykk, klisjeer, *topoi* og talemåter sprer seg viralt på nett. Han organiserte blant annet et søk på Twitter etter meldinger som inneholdt frasen «working on my novel» (bilde 5). Disse ble retweetet som en *listicle* (en artikkel med søketreff) på BuzzFeed kalt *Great Twitter Searches Volume #1 «Working on my novel»* (2009). En forlegger ved Penguin la merke til Arcangels reblog-prosjekter og spurte om han kunne tenke seg å skrive en roman for dem. Krysningen mellom litteratur og teknologi var i vinden på en ny måte i tiden etter fremveksten av de sosiale mediene. Penguin hadde allerede publisert boka *Twitterature: The World's Greatest Books Retold Through Twitter* av Alexander Aciman og Emmet Rensin i 2009, en bok som fikk mange internasjonale oppfølgere.<sup>51</sup> Craig Dworkin og Kenneth Goldsmith hadde på sin side redigert konseptlitteraturantologien *Against Expression* i 2011, som utforsket hvordan nye digitale kopierings- og approprieringsteknikker i litteraturen utfordrer forfatterens status etter digitaliseringen. Twitter selv involverte seg i *#Twitter-Fiction Festival* i 2012, og en forfatter som Frode Grytten publiserte en rekke mikronoveller på Twitter i perioden mellom desember 2011 og juni

---

51 *Twitterature* u.å.



- Bilde 5 Skjermdump som viser Arcangels tidlige Twitter-søk på frasen «working on my novel»; som tilslutt ble omredigert og publisert som papirbok i 2014 under tittelen *Working on my novel*.

2013, tekster som han senere utga i redigert rekkefølge i boka *Vente på fuglen* fra 2014.<sup>52</sup> Men der Grytten skrev seg inn i «twitteraturen» for å utforske nye fortellerteknikker, bruker Arcangel forestillingen om litteraturen og boka til å utforske samtidens medieøkologi.

Arcangel laget et arkiveringsverktøy (en *web crawler* eller en *internett-bot*) som kunne fange og oppbevare andres twittermeldinger.<sup>53</sup>

52 Prytz 2016: 188–189.

53 Deler av bokas opphav på Twitter finnes fremdeles på *Working On My Novel* u.å.

Han plukket ut rundt 300 tweeter, og et hjemmelaget *content management system* (CMS) «spurte» automatisk avsenderne om tillatelse til gjenbruk. Halvparten godtok forespørselen. De rundt 120 gjenværende tweetene ble montert sammen til en bok på 128 sider. Én tweet på hver side, pluss noen illustrasjoner og en tweet midtveis i boka, signert Arcangel selv. Den lyder slik: «Working on my novel». Arcangel fremhever at boka har vitsens struktur:

When you search that phrase [working on my novel] on Twitter you get all these people talking about how they're working on their novel. The joke is of course that if you're twittering about how you're working on your novel, you're probably not working on your novel! I love these situations.<sup>54</sup>

Vitsen skjuler også et alvor. *Working On My Novel* samler meldinger fra tvittrere som befinner seg i en spenning mellom ulike medier, begjær og affekter. En særegen medieatmosfære trer frem i teksten ved at de utvalgte twittermeldingene aldri danner en sammenhengende fortelling. De fremstår derimot som en serie snapshots av individer som gang på gang avledes fra romanprosjektet sitt og i stedet trekkes inn i medieplattformer som tilbyr dem akkurat det de ønsker seg av underholdning og uttrykksmuligheter. De fanges på en måte i medieplattformenes kybernetiske prosess. På bakgrunn av brukerlogging «vet» medieplattformene i mange tilfeller nøyaktig hva brukeren ønsker seg akkurat der og da. De er individer som presses ut av en klassisk subjektposisjon, den suverene romanskriverens, for i stedet å suges opp i en kollektiv, noen ville si nevrotisk, posisjon i mediene. Noen eksempler:

... working on my novel but Garth Brooks Live from Vegas is coming back on TV ... nothing will be done the next two hours

Having way too much fun on Pinterest ... should be working on my novel

---

54 | Baker 2014.

That's it, that's it, I'm getting off Twitter and working on my novel. Right after I finish this episode of Are You Afraid of the Dark.

Should be working on my novel but I'm stuck in the quicksand of a blog entry I'll probably never post anyway.<sup>55</sup>

Nyere medier, det vil si medier som kom *etter* boka, slik som TV-serier, Pinterest og Twitter, lokker tvitrerne konsekvent bort fra det de egentlig forsøker å gjøre: å arbeide på romanen. Det finnes et implisitt mediehierarki hos de siterte tvitrerne, hvor romanen privilegeres som det seriøse mediet, et medium for selvrealisering, dybde og autentisitet, mens de nye medieplattformene representerer forlystelse og nytelse, men også avhengighet og deltakelsestvang. Arcangels samling av twittermeldinger danner slik en affektiv kartografi over drømmen om selvrealisering, som kveles i de sosiale medienes krav om konstant selvmediering.

Boka kan samtidig leses som en kartlegging eller en slags simulert overvåking og profilering av det nye web 2.0-mennesket og hvordan det (u)elegant turnerer en stor mengde delings- og deltakerplattformer. Tvirterne har all verdens nye medier i stua, men drømmer likevel om å realisere seg selv i et førdigitalt medium – som om romanen eller Boka har en egen evne til å samle og gi verden mening og gi individet en identitet, evner som nye medier tilsynelatende ikke har. Slik, gjennom en ironisk vending, blir Arcangels bok en gave til de desperat drømmende tvitrerne, ved at de her, endelig, havner i en roman – selv om det er en litt uvanlig roman. Boka kortslutter de kybernetiske plattformenes grep om brukeren. Tvirterne løftes ut av det sosiale mediet, ut av plattformen, og inkorporeres i Arcangels bok – et tradisjonelt sett frakoblet medium og derfor utenfor og bortenfor kybernetikkens profilerings- og feedbackmekanismer.

---

55 Arcangel 2014. Boka er upaginert.

## Mot kybernetikken

Denne artikkelen har kort skissert noen analyser av og perspektiver på utvalgte verk fra tre faser i Arcangels kunst som fremhever menneske-maskin-koblingen etter digitaliseringen. Tre tematikker ble fremtredende. For det første viser analysene hvordan Arcangel tematiserer menneske-maskin-koblingen ved å utnytte kunstneriske teknikker knyttet til «supermediet» etter digitaliseringen, nemlig programmeringsspråkene. For det andre viser analysene hvordan Arcangels lekende appropriasjoner og resirkulering av kulturelt materiale handler om hvordan brukernes «frie utfoldelse» i høy grad styres av tech-selskapenes skiftende innovasjoner. For det tredje viser jeg hvordan hans kunst kan forstås som undersøkelser av hvordan menneske-maskin-koblingen i stadig større grad preges av det jeg kaller kybernetiske kontroll- og manipulasjonsteknikker. Disse teknikkene skal omtales litt mer avslutningsvis, fordi deres utvikling og rolle ligger som en ikke-uttalt tematikk i Arcangels kunstnerskap helt fra starten av og blir svært tydelige i *Century 21*-utstillingen.

Dagens dataspill og sosiale medier kan sees på som kybernetiske maskiner i den forstand at de automatisk og kontinuerlig tilpasses det brukermiljøet de opererer i.<sup>56</sup> Dataspill, som er eldre enn sosiale medier, har alltid interessert hackere, fordi de grunnleggende sett er eksperimenter i reaksjonsmønstre i sammenkoblingen mellom maskin og menneske i sanntid. Hvor sømløs og effektiv er strømmen og flyten av signaler i en slik sammenkobling? Hvordan fungerer grafikk, algoritmer og grensesnitt i en interaktiv feedback-loop med et menneske? De første dataspillene, som *Spacewar*, ble faktisk utviklet av hackere ved MIT på 1960-tallet for å teste om datamaskinene fungerte som de skulle.<sup>57</sup> Samtidig testet de brukeropplevelsen: Hvor sømløst og behagelig ble brukeren innlemmet i maskinens univers? Eksperimenter

---

56 Pias 2011 og Crogan 2011.

57 Levy 1994.

med dataspill ble slik avgjørende for utviklingen av brukervennlige og sømløse grensesnitt innen interaksjonsvitenskapene kybernetikk og *human-computer interaction*-forskning (HCI).

Arcangels kunstnerkarriere starter nettopp med eksperimenter med dataspill. Men der HCI-forskningen kobler sammen maskiner og spillere i eksperimentelle universer som dataspill, går Arcangel motsatt vei: Han kobler mennesker og maskiner fra hverandre og saboterer interaksjonens muligheter, som i *Super Mario Clouds*. Når han i senere arbeider eksperimenterer med sosiale medier, ligger fokuset et annet sted, men det knytter seg fortsatt til et kybernetisk perspektiv. Der brukere anvender sosiale medier som YouTube for å «uttrykke seg selv», anvender Arcangel uttrykkene i sosiale medier som et materiale som kan utnyttes til andre formål. Medieplattformenes forretningsmodell, som sosialpsykolog og filosof Shoshana Zuboff har omtalt som «overvåkningskapitalisme», er tuftet på abstraksjon og datafisering av store brukerressurser.<sup>58</sup> Brukernes handlinger og uttrykk spores og brukes til å forutsi og påvirke fremtidige handlingsmønstre. Slik kan man forstå dataene som en type overvåkningsdata. I et slik perspektiv kan man si at Arcangels remiksarbeider gjenbraker overvåkningsdata. Han ordner og omdanner plattformenes data, det vil her si brukernes poster, for kunstneriske og estetiske formål, men gjør det altså på en slik måte at de samtidig fremhever databehandlingens både absurde og grelle aspekter.

Overvåkningskapitalismen omtales av Hörl som «the high point so far of kybernetization».<sup>59</sup> Sosiale medier er kybernetikk utprøvd på store populasjoner. Med sosiale medier har globale populasjoner blitt del av et slags dataspill i fullformat. Ved hjelp av en kompleks infrastruktur av sporingsteknologier og anbefalingsalgoritmer kan globale

---

58 Zuboff 2019.

59 Hörl 2018: 161. Her vektlegger jeg som Hörl og Galloway (2014) den «kontrolle- rende» og mørke kybernetikken og ikke den lekende og kreative kybernetikken som enkelte kunstnere som Roy Ascott idealiserte på 1960-tallet.

populasjoner spores, kontrolleres og manipuleres via medieplattformer der nettsurfing og deling kan oppleves som en lek i en liksom-nøytral medieatmosfære hvor kontroll- og sporingsmekanismene ikke er merkbare. Når Arcangel tar fatt i denne virkeligheten i *Century 21*, velger han, som jeg var inne på innledningsvis, boten som veiviser og en slags subversiv aktivist. Hans boter driver gjøn med medieplattformenes kjendis- og storkapitalprofiler, og de misbruker også brukermulighetene på sosiale medier som likerklubb på en slik måte at en eventuell kybernetisk prosessering av overvåkningsdata blir meningsløs eller absurd. Det er som om han ødelegger selve oljen i medieinfrastrukturen, nemlig signalstrømmen fra brukerloggingen.

Kritikerne og kuratorene Tim Griffin og Lumi Tan skriver at Arcangels arbeider tillater en «escape from and distance from the totalizing, and normalized, force of any day's technological regime».<sup>60</sup> Jeg er enig. Hans hacks bryter opp mediestrømmen og fremviser alternativer som finnes bortenfor eller latent i medielandskapetets uttrykksrom. Han programmerer seg frem til synligheter og sanseligheter som ikke ville ha skjedd, blitt sett, hørt eller uttalt på samme måte uten den åpningen som hans datatekniske modifikasjoner konstruerer.

Arcangels påminnelse om at teknologien rundt oss faktisk kan reprogrameres, har en kritisk og frigjørende funksjon. Hans mediemodifikasjoner forvandler implisitt den sosiale virkeligheten til en spillbar eller manipulerbar form. De leker med informasjonssamfunnets grunnleggende utvekslingslogikk: kode, instruks, handling og endring. Mediekritikken forteller igjen og igjen at digitale infrastrukturer er ladet med intelligente systemer som er med på å styre, kontrollere og regulere, ikke bare spill og digitale produkter, men også finans, næringer, medisin, velferdstjenester, politi og etterretning – alle deler av samfunnet.<sup>61</sup> Men samtidig viser Arcangel at algoritmer kan endres, og nye taktiske medier kan skapes. «Hackere skaper muligheten for at nye

---

60 Griffin & Tan 2018: 53.

61 Gabrys 2016; O'Neil 2016; Bowker mfl. 2019.



ting kan komme inn i verden», skriver Wark i *A Hacker Manifesto*. For Wark er det viktig at noen utenfor tech-selskapene har den innsikt som trengs for å kunne omprogrammere medier. Kan man omprogrammere mediesystemer, kan man til en viss grad også omprogrammere verden.

«Through habits users become their machines», hevder medie-forskeren Wendy Chun.<sup>62</sup> Arcangels hacks fremhever de steder der det «naturlige», det som har blitt en vane, kan endres, avfunksjonaliseres, kortsluttes og omfunksjonaliseres. Han slår sprekker i menneske-maskin-sammenkoblingen og fremviser hvordan maskinene formaterer individer og kollektiver på spesifikke måter. Slik settes publikum inn i en mulighetsmodus, som handlende og kollektive aktører. Arbeidene produserer glimt av alternative oppstillinger som ikke er lammet av vanemessig tankeløshet og tech-propaganda.

Arcangel deler de fleste koder og programvarenøkler han skaper og bruker, med publikum. De tilgjengeliggjøres i hans eget magasin *The Source*, på papir og på nett, og i utstillinger og i filmer som *The Making of Super Mario Clouds* (2004). Delingen av koder både baserer seg på og skaper et fellesskap av hackere, gjør-det-selv-snekkere og kunstnere. Samtidig legger det hacker-etiske delings-prinsippet grunnlaget for nye eksperimenter, nye tankemodeller og fantasier, og ikke minst for en sverm av nye hacks laget av andre. Slik får Arcangels hacks et potensielt liv i andre nettverk og på andre premisser utenfor kunstens kretsløp. De omdirigerer medieplattformers teknikker til fri bruk for menneskene og peker mot et alternativt mediefellesskap bortenfor eller ved siden av de kybernetiske mediemaskinene.

---

62 Chun 2016: 1.

## Litteratur- og kildeliste

- Altice, N. (2013). The Art of Erasure: Super Mario Clouds. *Memory Insufficient*, 1(5): *Histories of games hardware*, 10–15. <https://issuu.com/zoyastreet/docs/memory-insufficient-hardware>
- Appel, H., Anand, N. & Gupta, A. (red.) (2015). *The Infrastructure Toolbox*. Theorizing the Contemporary. Fieldsights. <https://culanth.org/fieldsights/series/the-infrastructure-toolbox>
- Arcangel, C. (2005). The Making of *Super Mario Clouds*. I R. Gyax & H. Munde (red.), *Cory Arcangel (Beige)*. JRP Ringier.
- Arcangel, C. (u.å.a). Things I Made. *Official Portfolio Website*. <https://coryarcangel.com/things-i-made/>
- Arcangel, C. (u.å.b). A Couple Thousand Short Films About Glenn Gould. *Official Portfolio Website*. <https://coryarcangel.com/things-i-made/2007-006-a-couple-thousand-short-films-about-glenn-gould>
- Arcangel, C. (u.å.c). Gould Pro (code). *Official Portfolio Website*. <https://coryarcangel.com/things-i-made/code-gould-pro>
- Arcangel, C. (2009). *Digital Media Arts*. Foredrag ved Center for New Media Teaching and Learning, Columbia University, 24. mars 2009. <https://www.youtube.com/watch?v=ZzHq7PzQWEE>
- Arcangel, C. (2014). *Working On My Novel*. Penguin.
- Arcangel, C. (2017). WTF. I E. Banks & S. Price (red.), *Seth Price: Social Synthetic* (s. 100–103). Walther König.
- Baker, A.T. (2011, 5. mars). Cory Arcangel: Cory Arcangel talks about his exhibition at the Barbican. *Artforum*. <https://www.artforum.com/interviews/cory-arcangel-talks-about-his-exhibition-at-the-barbican-27700>
- Blom, I. (2020). Informasjoner, maskiner og estetikk. I J. Lund & U. Schmidt (red.), *Medieestetik. En introduktion* (s. 25–40). Samfundslitteratur.
- Bourriaud, N. (2005). *Postproduction: Culture as Screen-Play: How Art Reprograms the World* (2. utg.). Lucas & Sternberg.

- Bowker, G., Elyachar, J., Kornberger, M., Mennicken, A., Miller, P., Nucho, J.R. & Bowker, N.P. (2019). Introduction to Thinking Infrastructures. I M. Kornberger, G.C. Bowker, J. Elyachar, A. Mennicken, P. Miller, J.R. Nucho & N. Pollock (red.), *Thinking Infrastructures* (s. 1-13). Emerald Publishing.
- Bowker, G. & Star, S.L. (1999). *Sorting Things Out: Classification and Its Consequences*. The MIT Press.
- Chun, W.H.K. (2011). *Programmed Visions: Software and Memory*. The MIT Press.
- Chun, W.H.K. (2016). *Updating to Remain the Same: Habitual New Media*. The MIT Press.
- Connor, M. (2008). Interview with Cory Arcangel [intervju]. I S. Bode (red.), *A couple thousand short films about Glenn Gould: A book in relation to a project of the same name by Cory Arcangel* (s. 245-255). Film and Video Umbrella.
- coryarcangel (2011, 15. juni). *Cory Arcangel - Paganini's 5th Caprice* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=JjVlwJJPGws&t=40s&ab\\_channel=coryarcangel](https://www.youtube.com/watch?v=JjVlwJJPGws&t=40s&ab_channel=coryarcangel)
- coryarcangel (2021a, 5. mars). *We deliver / the king checked by the queen* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=HJLxF0JMgMU&t=655s&ab\\_channel=coryarcangel](https://www.youtube.com/watch?v=HJLxF0JMgMU&t=655s&ab_channel=coryarcangel)
- coryarcangel (2021b, 5. mars). *elleusa* (*elleusa, equinor, equinox, etrade financial*) [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=79xJkqTCpGw&t=385s&ab\\_channel=coryarcangel](https://www.youtube.com/watch?v=79xJkqTCpGw&t=385s&ab_channel=coryarcangel)
- Cory Arcangel fine arts studio (u.å.a.). */rov' deiou/* [Rodeo]. Hentet 23. mars 2022 fra <https://rodeo.computer/>
- Cory Arcangel fine arts studio (u.å.b.). *About. /rov' deiou/* [Rodeo]. Hentet 23. mars 2022 fra <https://rodeo.computer/About>
- Critical infrastructure studies.org (u.å). Hentet 27. juni 2022 fra <https://cistudies.org/>
- Croghan, P. (2011). *Gameplay Mode. War, Simulation, and Technoculture*. University of Minnesota Press.

- Diederichsen, D. & Etxeberria, O. (2020). *The Cybernetics of the Poor*. I D. Diederichsen & O. Etxeberria (red.), *The Cybernetics of the Poor*. Sternberg Press.
- Droitcour, B. (2021, 9. april). Artificial Stupidity. *Art in America*. <https://www.artnews.com/art-in-america/aia-reviews/cory-arcangel-century-21-greene-naftali-1234589266/>
- Ernst, W. (2021). *Technólogos in Being: Radical Media Archaeology and the Computational Machine*. Bloomsbury.
- Floridi, L. (2014). *The 4th Revolution: How the Infosphere is Reshaping Human Reality*. Oxford University Press.
- Gabrys, J. (2016). *Program Earth: Environmental Sensing Technology and the Making of a Computational Planet*. University of Minnesota Press.
- Galison, P. (1994). The Ontology of the Enemy: Norbert Wiener and the Cybernetic Vision. *Critical Inquiry*, 21(1), 228–266.
- Galloway, A. (2006). *Gaming: Essays on Algorithmic Culture*. University of Minnesota Press.
- Galloway, A. (2014). The Cybernetic Hypothesis. *Differences*, 25(1), 107–131. <https://doi.org/10.1215/10407391-2420021>
- Galloway, A. (2015). Two Statements on Carnivore. I L. Cornell & E. Halter (red.), *Mass Effect: Art and the Internet in the Twenty-First Century* (s. 69–78). The MIT Press.
- Gehl, R.W. (2014). *Reverse Engineering Social Media: Software, Culture, and Political Economy in New Media Capitalism*. Temple University Press.
- Griffin, T. & Tan, L. (2018). After the Fact. I C. Arcangels & L. Lialina (red.), *Asymmetrical Response* (s. 53–54). Koenig Books.
- Hörl, E. (2018). The Environmentalitarian Situation. Reflections on the Becoming-Environmental of Thinking, Power, and Capital. *Cultural Politics*, 14(2), 153–173. <https://doi.org/10.1215/17432197-6609046>
- Lazzarato, M. (2006). The Concepts of Life and Living in the Societies of Control. I M. Fuglsand & B.M. Sorensen (red.), *Deleuze and the Social* (s. 171–190). Edinburgh University Press.
- LeMieux, P. (2017). *Everything but the Clouds* [video]. Platform Games at Babycastles. <https://vimeo.com/241966869>

- Levy, S. (1994). *Hackers: Heroes of the Computer Revolution*. Penguin.
- Lialina, O. (2013, 19. november). Net Art Generations. *art.teleportacia.org*.  
[http://art.teleportacia.org/observation/net\\_art\\_generations/](http://art.teleportacia.org/observation/net_art_generations/)
- Lohmeyer, E.L. (2018). *Unstable Aesthetics: The Game Engine and Art Modifications* [doktoravhandling]. Graduate Faculty of North Carolina State University.
- Mehta, M. (2020, 17. desember). White Hat Hacker vs Black Hat Hacker: What's the Difference? *Infosec Insights*. <https://sectigostore.com/blog/white-hat-hacker-vs-black-hat-hacker/>
- Morley, P. (2008). Reproduction. I S. Bode (red.), *A couple thousand short films about Glenn Gould. A book in relation to a project of the same name by Cory Arcangel* (s. 2–214). Film and Video Umbrella.
- Ngai, S. (2020). *Theory of the Gimmick: Aesthetic Judgment and Capitalist Form*. Harvard University Press.
- O'Neil, C. (2016). *Weapons of Math Destruction: How Big Data Increases Inequality and Threatens Democracy*. Crown.
- Parks, L. & Starosielski, N. (2015). *Signal Traffic: Critical Studies of Media Infrastructures*. University of Illinois Press.
- Pias, C. (2011). The Game Player's Duty: The User as the Gestalt of the Ports. I E. Huhtamo & J. Parikka (red.), *Media Archaeology: Approaches, Applications, and Implications* (s. 164–183). University of California Press.
- Prytz, Ø. (2016). *Litteratur i en digital tid*. Scandinavian Academic Press.
- Related to Your Interest (u.å.). *Videoer* [YouTube-kanal]. Hentet 27. juni 2022 fra [https://www.youtube.com/channel/UC\\_LfMr7ffUG9q5M3UuxmF0Q/videos](https://www.youtube.com/channel/UC_LfMr7ffUG9q5M3UuxmF0Q/videos)
- Rice, A. (2013, 5. april). Does BuzzFeed Know the Secret. *New York Magazine*.  
<https://nymag.com/news/features/buzzfeed-2013-4/>
- Roberts, J. (2007). *Intangibilities of Form: Skill and Deskilling in Art After the Readymade*. Verso.
- Royer, A. (2021, 9. februar). The urgent need for regulating global ghost work. *TechStream*. <https://www.brookings.edu/techstream/the-urgent-need-for-regulating-global-ghost-work/>

- Røssaak, E. (2011). Capturing Life: Biopolitics, Social Media, and Romantic Irony. I J. Krysa & J. Parikka (red.), *Writing and Unwriting (Media) Art History. Erkki Kurenniemi in 2048* (s. 213–223). The MIT Press.
- Røssaak, E. (2020a). Infrastruktur. I J. Lund & U. Schmidt (red.), *Medieæstetik: En introduktion* (s. 193–220). Samfundslitteratur.
- Røssaak, E. (2020b). Shoshana Zuboff: The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power [anmeldelse]. *The CI Review. Critical Inquiry*, 47(1).
- Sharp, J. (2015). *Works of Game: On the Aesthetics of Games and Art*. The MIT Press.
- Terranova, T. (2004). *Network Culture: Politics for the Information Age*. Pluto Press.
- Tiqqun (2001). L'Hypothèse cybernétique. *Tiqqun*, 2, 40–83.
- Twitter (u.å.). I *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Twitter&oldid=1011535378>
- Twitterature (u.å.). I *Wikipedia*. <https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Twitterature&oldid=1009073120>
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Wark, M. (2004). *A Hacker Manifesto*. Harvard University Press.
- Working On My Novel [@WrknOnMyNovel] (u.å.). [Twitter-profil]. Twitter. Hentet 27. juni 2022 fra <https://twitter.com/WrknOnMyNovel>
- Wu, T. (2016). *The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads*. Knopf.

## Omtalte arbeider av Cory Arcangel

*Super Mario Clouds*, 2002

*The Making of Super Mario Clouds*, 2004

*A couple thousand short films about Glenn Gould*, 2007

*Drei Klavierstücke op. 11: Cute Kittens*, 2009

*Great Twitter Searches Volume #1 'Working on my novel'*, 2009

*Paganini Caprice No. 5*, 2011

*Working on My Novel*, 2014

*we deliver/the king checked by the queen*, 2020

*Related to your interest*, 2020-ongoing

*elleusa* (*elleusa, equinor, equinox, etrade financial*), 2020

*/rou' deiou': Let's Play HOLLYWOOD*, 2021





# Plattformestetikk



# Instagramdikt og plattformlogikk

Hans Kristian S. Rustad

Diktet som er gjengitt under (bilde 1), er skrevet av Sabina Store-Ashkari. Det er et instagramdikt, publisert på Store-Ashkaris Instagramprofil @ingentingusagt 12. november 2020.<sup>1</sup> Det har i skrivende stund fått 549 likerklipp og 31 kommentarer, en respons som er noe høyere enn hva Store-Ashkari pleier å få.<sup>2</sup> Kommentarene inneholder emojier med hjerter og klappende hender, samt bekreftende fraser som «Åh. Sukk. Ja», «Akkurat sånn!» og «Helt riktig», noe som tyder på at diktet blir satt pris på, at diktets tematikk er gjenkjennelig for mange, og at det er til nytte: Det kan gi trøst og håp og tilby en løsning.

«Instagramdikt» er dikt skrevet for å bli publisert og distribuert på plattformen Instagram. På relativt kort tid har instagramdikt, om vi måler i antall følgere, blitt en populær diktform og en type litteratur det er vanskelig å overse. For eksempel har instagramforfatteren Rupri Kaur nærmere fire og en halv million følgere på Instagram,<sup>3</sup> R.M. Drake har drøyt to og en halv million,<sup>4</sup> Atticus over én og en halv million<sup>5</sup> og Yrsa

---

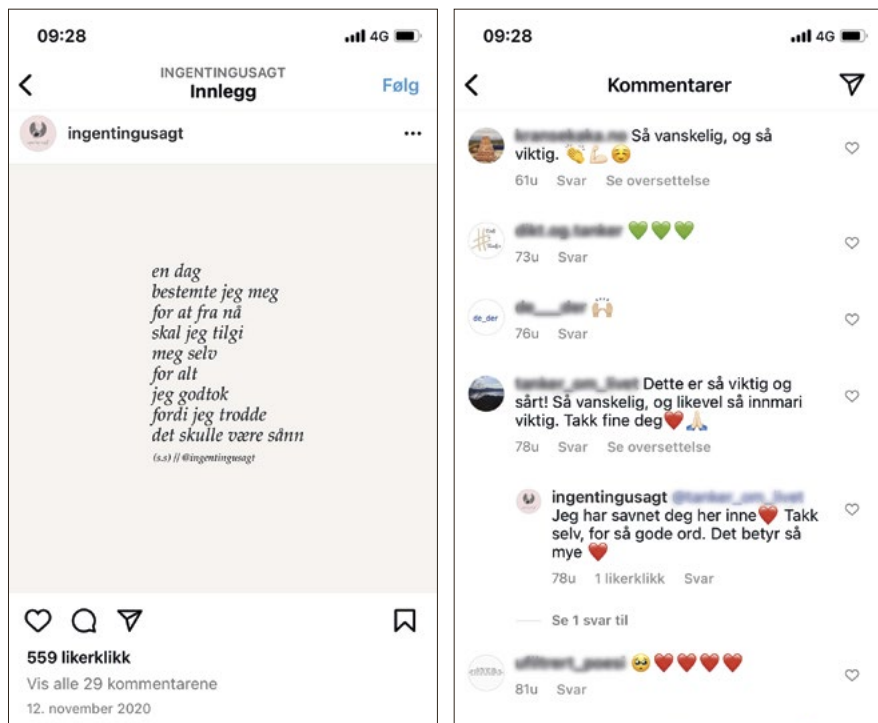
1 Store-Ashkari 2020.

2 Diktet ble sist lest 14. september 2021.

3 Kaur u.å.

4 Drake u.å.

5 Atticus u.å.



➤ **Bilde 1** Skjermdump fra Instagram som viser et dikt av Sabina Store-Ashkari, samt noen av kommentarene.

Daley-Ward i overkant av to hundre tusen.<sup>6</sup> I Norge har Trygve Skaug, Aleksander Fallo og Sabina Store-Ashkari henholdsvis cirka to hundre tusen, tjueto tusen og sju tusen følgere.<sup>7</sup> I denne artikkelen skal jeg drøfte noen aspekter ved samspillet mellom instagrandikt og selve plattformen Instagram, mellom den litterære formen og publikasjons- og

6 Daley-Ward u.å.

7 Skaug u.å.; Fallo u.å.; Store-Ashkari u.å.

distribusjonsmediet, og jeg skal vise hvordan instagramdiktenes innhold, form og funksjon er betinget av medieplattformens logikk, altså dens måte å virke på. Dette skal jeg gjøre ved å diskutere noen av de sentrale medieteknologiske rammene samt ved å kommentere et lite utvalg dikt av Norges mest profilerte instagramdikter Trygve Skaug.

Til grunn for artikkelen ligger en forståelse av Instagram som en ikke-nøytral plattform. De nederlandske medieforskerne José van Dijck og Thomas Poell fremmer et slikt perspektiv i en artikkel fra 2013 og argumenterer for nødvendigheten av å undersøke den logikken som styrer plattformene: «Far from being neutral platforms, social media are affecting the conditions and rules of social interaction. Therefore, their sustaining logic deserves to be scrutinized in detail to better understand its impact in various domains».<sup>8</sup> Om det er slik at logikken til Instagram påvirker den sosiale interaksjonen som foregår på plattformen, og at Instagram altså ikke bare fungerer som en nøytralt kanal for deling av innhold, er det rimelig å anta at plattformlogikken også virker inn på de diktene som skrives for å bli publisert, distribuert og lest der. Tidligere forskning har vist hvordan både analoge og digitale medier i ulik grad påvirker eller spiller sammen med det innholdet de formidler. Dette gjelder også Instagram. Plattformens logikk, inkludert handlinger fra dens eiere og programmerere, som for eksempel kan justere plattformens algoritmer og grensesnitt og dermed påvirke bruken, spiller inn på hvordan poetene skriver, hva de skriver om, og når de publiserer.

## Resepsjon og forskning

Instagramdikt har blitt hyppig diskutert i dagspressen, podkaster og populærvitenskapelige tidsskrifter de senere årene.<sup>9</sup> Mottakelsen har riktignok vært varierende: I all hovedsak vurderes diktene som

8 van Dijck & Poell 2013: 5.

9 Thomas 2020: 88.

kvalitativt dårlige. Noen mener sågar at de som lyrikk, eller poesi, er verdiløse. I en artikkel i tidsskriftet *Poetry Nation Review* betegner for eksempel den britiske poeten Rebecca Watts instagramdikt som «artless poetry» og som «the complete stagnation of the poet's mind».<sup>10</sup> En lignende kritikk serverer Frode Helmich Pedersen som i Morgenbladet 31. januar 2020 skriver at «Trygve Skaugs enormt populære dikt ikke er gode».<sup>11</sup> I *Bokvennen litterære avis* 24. februar 2020 følger han opp: «Hvis noen kan vise meg et instadikt av høy kvalitet, er jeg lutter øre».<sup>12</sup> Disse vurderingene innebærer ingen refleksjon over diktenes mediale vilkår og funksjon. Ingunn Økland derimot berører dette spørsmålet når hun i en anmeldelse av Alexander Fallos diktsamling *du fucker med hjertet mitt nå* (2020) peker på sårbarheten ved å overføre instagramdikt fra et medium til et annet: «Alexander Fallo faller for fristelsen til å inkludere enkeltsetninger som har en viss sjarm på Instagram, men som blir altfor spinkle på en hvit boks».<sup>13</sup> Økland antyder at dikt som fungerer på Instagram, ikke nødvendigvis fungerer like godt i bokformat.<sup>14</sup> Mediene og medienes egen logikk har altså betydning for hvordan vi forstår diktene, og det er denne sammenhengen jeg utforsker i denne artikkelen.

Forskningen på instagramdikt har ikke skutt fart før de siste tre-fire årene. Dette er forståelig med tanke på diktformens unge alder – Instagram ble lansert først i 2010, primært som en fotodelings-tjeneste, senere ble plattformen også tatt i bruk som en litterær publiseringskanal. Samtidig har *creative writing*-forsker Lili Pâquet et poeng når hun påpeker at instagramdikt lenge har blitt ansett å tilhøre

---

10 Watts 2018.

11 Pedersen 2020a.

12 Pedersen 2020b.

13 Økland 2020.

14 Denne korte redegjørelsen for en begrenset resepsjon, er representativ, da mye av diskusjonen av instagramdikt i innland og utland har omhandlet kvalitet uten å ta i betraktning diktenes mediespesifisitet.

et populærkulturelt felt med «little literary merit».<sup>15</sup> Dette kan forklare hvorfor mange av de forskerne som faktisk har interessert seg for sjangeren, enten er relativt unge eller kommer fra andre fagfelt enn tradisjonell litteraturvitenskap. Eksempler på forskningsinteresser så langt inkluderer Bronwen Thomas' bok *Literature and Social media*, hvor instagramdikt utgjør en viktig del av materialet;<sup>16</sup> analyser av instagramdiktningens pedagogiske potensial for litterasitet på tvers av medier;<sup>17</sup> Pâquets studier av instagramdikt som en blanding av poesi og selvhjelps litteratur;<sup>18</sup> samt ulike nærlesninger av instagramdikt.<sup>19</sup> Videre fokuserer Shweta Khilnani på affektive og estetiske sider ved instagramdiktning,<sup>20</sup> Jeneen Naji nærmer seg instagramdikt med perspektiver fra posthumanismen,<sup>21</sup> og både Kristin L. Matthews og Magdalena Elisabeth Korecka utforsker hvordan instagramdikt kan være en form for politisk og aktivistisk diktning i kampen mot rasisme og undertrykkelse.<sup>22</sup> Tilsvarende hevder Rosa Crepax at instagramdikt i all hovedsak tar form som digital-feministisk aktivisme, skrevet av unge kvinnelige forfattere.<sup>23</sup> Mye av forskningen på instagramdikt har vært orientert mot noen utvalgte forfatterskap. På grunn av Rupi Kaur enorme popularitet er det ikke overraskende at hun har fått mye oppmerksomhet også fra forskere. Flere av de allerede nevnte publikasjonene retter oppmerksomheten mot Kaur's dikt. For eksempel undersøker Sasha N. Kruger både postkoloniale og feministiske sider ved Kaur's forfatterskap i artikkelen «The Technopo(e)litics of Rupi Kaur. Decononial Aesthetics and Spatial Narrations in the DigiFemme Age».<sup>24</sup>

---

15 Påquet 2019: 296.

16 Thomas 2020.

17 Kovalik & Curwood 2019.

18 Påquet 2019.

19 Penke 2019.

20 Khilnani 2021.

21 Naji 2021.

22 Matthews 2019; Korecka 2021.

23 Crepax 2020: 75.

24 Kruger 2017. Andre eksempler inkluderer Påquet 2019 og Penke 2019.

På bakgrunn av denne korte gjennomgangen kan særlig to trekk framheves. For det første viser den at forskningen i hovedsak har tilnærmet seg instagrandikt langs tre spor: som et mediefenomen, som en litterær sjanger og som et kulturelt-politisk fenomen. Samtidig berører den i ulik grad instagrandiktens forhold til det øvrige litterære feltet. Niels Penke setter instagrandikt opp mot annen poesi og hevder at førstnevnte må anses som «a popular phenomenon of contemporary poetry».<sup>25</sup> Matthews på sin side retter oppmerksomheten mot diktenes innovative sider og framhever hvordan de er med på å påvirke litterære konvensjoner og lesevaner også i andre mediekontekster. De innovative aspektene blir også berørt av Kate Kovalik og Scott Curwood som begge framhever det multimodale, tilgjengelige og mobile som særlige egenskaper ved instagrandikt.<sup>26</sup> Thomas påstår at instagrandikt er en «distinctive poetic movement» med to fellestrekk: Instagram og lesernes deltakelse i fellesskapet som plattformen og diktene sammen skaper.<sup>27</sup> Andre definerer instagrandikt gjennom gjentakende motiver, enten de framhever diktenes orientering mot hverdagslige motiver, eller de påpeker at diktene har en særlig funksjon som aktivistisk litteratur.<sup>28</sup>

For det andre viser gjennomgangen av forskningen at instagrandikt til en viss grad er preget av fascinasjon og entusiasme, at forskningen springer ut fra en rekke fagtradisjoner, slik som litteraturvitenskap, medievitenskap, sosiologi og creative writing, og at mange av forskerne er unge og i en tidlig fase i sin akademiske karriere. Sistnevnte er ikke en devaluering av verken forskerne eller publikasjonene, men en observasjon som viser hvem det er som i hovedsak diskuterer og bidrar til kunnskap på feltet. Likevel, nærheten i tid mellom de publiserte diktene og forskningen på dem kan gjøre at det er vanskelig

---

25 Penke 2019: 451.

26 Kovalik & Curwood 2019: 185.

27 Thomas 2020: 87.

28 Korecka 2021.



å oppdage overordnede tendenser og mønstre. Dessuten kan entusiasme og nærhet i tid skape unyanserte påstander om hva instagramdikt kan gjøre. Crepax skriver for eksempel at dikt i sosiale medier som Instagram er egnet til å tematisere «the negotiation of marginalized identities».<sup>29</sup> Foruten at man mer generelt kan hevde at litteratur og kunst åpner opp for forhandlinger om marginaliserte identiteter, er det ikke nødvendigvis slik at de fellesskapene som oppstår omkring instagramdikt, er representative for alle, ei heller for alle med en marginalisert identitet. Sosiale medier kan like mye begrense som åpne opp for forhandlinger om marginaliserte identiteter. Et annet eksempel på at forskningen befinner seg på et tidlig stadium, og derfor kan lede til unyanserte konklusjoner, er Thomas' påstand om at instagramdikt er blitt avvist av kritikere og akademikere fordi de i stor grad er skrevet av unge fargete kvinner. Hun leser interessant nok resepsjonen av instagramdikt inn i en tradisjon der unge kvinnelige forfattere blir ansett «for being overly personal or emotional»,<sup>30</sup> men hun unngår å undersøke i hvilken grad diktene i seg selv kan sies å være en del av årsaken til at litteratur- og medievitenskap fram til nylig har vist liten interesse for instagramdikt. Det er vanskelig å se hvordan for eksempel en såpass kjent figur som Rupi Kaur kan anses som et offer for neglisjering, og dessuten er situasjonen en annen i Norge enn den Thomas beskriver. De to mest profilerte instagramdikterne i Norge er menn, Trygve Skaug og Alexander Fallo, og det er også disse og ikke unge kvinnelige poeter som i stor grad er blitt trukket fram i kritikken av instagramdikt i Norge.

Så langt i resepsjonen har det vært lite oppmerksomhet om hvilken betydning selve medieplattformen Instagram spiller for diktene. Ett unntak er Korecka som skriver at instagramdikt er «a kind of poetry that connects social media affordances (e.g., the use of hyperlinks), visual

---

29 Korecka 2021: 79.

30 Thomas 2020: 90.

strategies and aesthetics with socio-political issues».<sup>31</sup> Hvordan slike strategier og sosial-politiske tematiseringer er relatert til mediale vilkår ved Instagram, samt hva disse mediale vilkårene består i, må derimot avklares. I det følgende skal jeg gjøre rede for fire sentrale aspekter ved Instagram som er av betydning for å forstå instagramdikt som en mediebetinget diktform.

## Programmerbarhet, sammenkobling og popularitet

Alle former for kommunikasjon på sosiale medier er preget av normer, strategier, mekanismer og økonomiske forhold som delvis ligger utenfor og delvis manifesterer seg på de sosiale medieplattformene. Van Dijck og Poell betegner virkemåten til de sosiale mediene som en form for logikk: «social media logic refers to the processes, principles, and practices through which these platforms process information, news, and communication, and more generally, how they channel social traffic.»<sup>32</sup> Det er fire elementer ved sosiale medier som til sammen former denne logikken. Van Dijck og Poell betegner disse som programmerbarhet, sammenkobling, popularitet og datafikasjon.

«Programmerbarhet» viser til egenskaper ved nettverk og datamaskinens programvare som gjør at de lett kan endres. Begrepet omhandler også de mulighetene for endringer underveis i prosesser som datamaskinene og deres programvarer legger til rette for, og inkluderer både koder, bakgrunnsdata, algoritmer, protokoller og grensesnitt. Disse utgjør ulike parametere ved en sosial medieplattform som for eksempel kan motivere og styre hva brukere skriver og publiserer. De former, ifølge van Dijck og Poell, «how social media platforms shape all kinds of relational activities, such as liking, favoriting, recommending,

---

31 Korecka 2021: 1.

32 Korecka 2021: 5.

sharing and so on».<sup>33</sup> Programmerbarheten gjør at menneskelige og ikke-menneskelige aktører kan foreslå innlegg, relasjoner og brukere man kanskje kjenner, eller vil ønske å kjenne, fordi man liker de samme tingene eller har felles kontakter. Det er rimelig å hevde at programmerbarheten virker inn på instagramdiktene, både hvordan de skrives og hvordan de leses, og at den er med på å forme erfaringer, innhold og brukerrelasjoner som finner sted på plattformen.

«Sammenkobling» handler om hvordan sosiale medier er nettverksmedier der brukere er koblet sammen med andre brukere, og der maskiner og plattformer er koblet sammen med andre maskiner og plattformer. Ifølge Mark B. Hansen er medieringen i sosiale medier først og fremst sammenkobling i stor skala: «[W]hat is mediated by Web 2.0 is less the content that users upload than the sheer connectivity, the simple capacity to reach myriad like-minded users, that is afforded by the act of uploading content.»<sup>34</sup> Likeledes understreker Henry Jenkins, Sam Ford og Joshua Green sammenhengen mellom sammenkobling og «spreadability».<sup>35</sup> De framhever hvordan sammenkobling og distribusjon virker sammen og styrker hverandre, også i tilfeller hvor det ikke er åpenbart at dette ikke et mål. På den ene siden har den enkelte bruker en tilsynelatende frihet til å velge «venner» og skape nettverk. På den andre siden er sammenkoblinger, og med det distribusjon av innhold, automatisk genererte. Førstnevnte er ifølge van Dijck og Poell ofte individuelt og privat initiert; sistnevnte er gjerne motivert ut fra kommersielle hensikter: «a strategic tactic that effectively enables human connectedness while pushing automated connectivity».<sup>36</sup> Sammenkobling må derfor ses i sammenheng med programmerbarhet.

I forskningen på instagramdikt blir det ofte lagt vekt på at diktene bidrar til fellesskapsdannelser gjennom å løfte fram tema som mange

---

33 van Dijck & Poell 2013: 5.

34 Hansen 2010: 180.

35 Jenkins, Ford & Green 2013.

36 van Dijck & Poell 2013: 8.

kan engasjere seg i. I en slik sammenheng kan kommunikative handlinger som likerklikk, kommentarer og «regrammer» forstås som *fatiske* i Roman Jakobsons forstand, altså som handlinger som er rituelle, og som har som funksjon å etablere eller opprettholde en sosial kontakt.<sup>37</sup> Slike fatiske handlinger kan bli gjort både i nettverk man har oppsøkt og mer eller mindre fritt har valgt å være en del av, og de kan komme i nettverk som er etablert på bakgrunn av algoritmer. Likerklikk, kommentarer og regramming som har en fatisk funksjon, kan derfor forekomme i både små, private nettverk og i store, kommersielt orienterte sammenkoblinger. Van Dijck og Poell hevder at man bør betrakte sammenkobling som en «advanced strategy of algorithmically connecting users to content, users to users, platforms to users, users to advertisers, and platforms to platforms».<sup>38</sup> Medieteknologien gir brukere muligheten til å søke opp og velge hvem de ønsker å følge og å være koblet til, samtidig som algoritmer framhever og anbefaler brukere, innhold og nettverk basert på en rekke kriterier. Dette medfører det van Dijck og Poell kaller «automated personalization», det vil si at innhold på plattformer er kalibrert for bestemte brukere.<sup>39</sup> Noen av kriteriene for den automatiserte sammenkoblingen er kjent for brukerne, mens andre kriterier er skjult. Sosiologiske fellesskapsdannende prosesser på plattformen er slik ikke bare fordoblet, de blir også formatert og fordreid av algoritmestyrt prosesser – prosesser som er betinget både av brukernes preferanser og behov, og av plattformeierens interesser og kommersielle formål.

Ved siden av «programmerbarhet» og «sammenkobling» nevner van Dijck og Poell «popularitet» og «datafikasjon». Popularitet blir i sosiologisk forskning oppfattet som et komplekst begrep, men kan noe forenklet forklares som en rangering ut fra kriterier for hierarkier og status. Kvantitativt kan popularitet på sosiale medier måles etter antall følgere, likerklikk og regramminger, og antall positive kommentarer på innlegg,

---

37 Jakobson 1960: 5–7.

38 van Dijck & Poell 2013: 5.

39 van Dijck & Poell 2013: 9.

og sier noe om hva instagrabrukere synes er viktig. Ifølge van Dijck og Poell bestemmes popularitet av både algoritmiske og sosioøkonomiske mekanismer. Dette betyr for eksempel at på samme måte som bakgrunnen til en instagrabruker spiller inn på hvor mange følgere vedkommende har, varierer populariteten i tråd med hvordan algoritmer styrer brukere til den aktuelle instagrabrukerens konto.<sup>40</sup> Logikken til Instagram bidrar til å framheve noen brukere framfor andre og noe innhold framfor annet. Popularitetsparametere som likerklikk, regramming og kommentarer inngår som del av det vi kan kalle en liker-økonomi. Denne økonomien er av Caroline Gerlitz og Anne Helmond beskrevet som en infrastruktur for utveksling av data, trafikk, affekter, kontakter og penger. Utvekslingen av disse er lagt til rette for og forsterket som en følge av «social plugins», det vil si funksjoner ved en plattform som gjør det mulig å like, kommentere, dele og lagre innlegg, å få tilgang til en instagrabgruppe via en lenke fra en nettside eller fra en e-post, eller å legge et innlegg, et bilde eller en video på en nettside og lenke denne til den aktuelle instagrabprofilen. Av disse framhever Gerlitz og Helmond liker-knappen som den viktigste for liker-økonomien, og antall likes er ifølge van Dijck og Poell den sterkeste indikatoren for popularitet.<sup>41</sup>

Det er ingen overraskelse at instagrabdikt inngår i en slik popularitetskonkurransen. Instagram er programmert for å belønne dem med mange følgere. Derfor blir også instagrabdiktningen preget av dette og feltet dominert av poeter med mange følgere. Plattformen åpner opp for at instagrabpoeter kan ta aktive grep for å tiltrekke seg flere lesere. Foruten at poetene kan bestrebe seg på å skrive dikt som formmessig eller tematisk ligner den type dikt som tidligere har fått mange likerklikk, delinger og kommentarer, kan de velge å opprette bedriftsprofiler og få tilgang til tjenester som gir informasjon om deres lesere og deres brukermønster på Instagram. Ved å analysere denne informasjonen kan instagrabpoetene målrette den litterære formen

---

40 van Dijck & Poell 2013: 7.

41 Gerlitz & Helmond 2013: 1353.

og publiseringstidspunkt for både å tilfredsstille etablerte følgere og å nå nye lesere. Her er det også nødvendig å nevne hvordan Instagram framhever popularitet gjennom rangeringer. For eksempel er en emneknagg som «#poets» brukt også for å gi mest oppmerksomhet til de mest leste eller likte diktene. Dermed fører Instagram strømmen av lesere i retning av de dikt, og poeter, som er rangert høyest.<sup>42</sup>

Instagram er innrettet mot og belønner popularitet, og mange av poetene på Instagram ønsker å nå ut til mange og søker derfor popularitet. Dermed blir popularitet et mål instagrapoeter forholder seg til, enten målet er å nå ut til mange og få større gjennomslagskraft, eller det er å tjene penger innenfor en «liker-økonomi». Foruten at poetene velger Instagram som en plattform for sine dikt, fordi plattformen har vist seg å egne seg godt for denne diktformen, kan vi anta at de også velger Instagram fordi den er den mest adekvate plattformen for å realisere en personlig ambisjon. Om man ikke blir berømt, øker man i hvert fall muligheten for å bli lest og sett. Sistnevnte er igjen et eksempel på betydningen av den fatiske funksjonen for instagrapoetene. I tillegg har vi selv sagt å gjøre med en særlig estetisk dimensjon som er knyttet til Instagrams bestemte grensesnitt som instagrapoetene kan være interessert i å utforske og bruke utover et behov for å bli lest, sett og brukt.

Det siste elementet som van Dijck og Poell trekker fram som en del av logikken til de sosiale mediene, er «datafikasjon». Dette viser til mulighetene som en plattform har for å samle inn informasjon om sine brukere, og til å omsette denne informasjonen til data og videre til nye verdier. Dette er informasjon som i neste omgang kan brukes til å lage prognoser, styre og foregripe hva brukere foretrekker å lese, og dessuten til å gi leserne målrettet reklame. Jeg anser denne som mindre relevant i diskusjonen om de mediale betingelsene for instagrapoetene,

---

42 Se f.eks. Instagram u.å. Oversikten inneholder dikt som er blitt merket #poets. Det betyr at den inkluderer dikt av både instagrapoeter og andre poeter (som f.eks. Robert Frost). Sistnevnte gruppe blir ikke å regne som instagrapoeter, jf. definisjonen av instagrapoetene som er gitt i begynnelsen på artikkelen.

utover at den peker på hvordan diktene er en del av det Shoshana Zuboff beskriver som «overvåkningskapitalismen», hvor teknologiskapene kapitaliserer på at brukere «overvåkes». <sup>43</sup> Kathi I. Berens peker på hvordan den innhøstingen av data som foregår på Instagram, må bli en del av forståelsen av denne diktningen. Berens skriver:

Perhaps we could agree that a «like» is «trivial» engagement. But what about the terabytes of data shed by and then harvested from Instapoetry fans? It cannot be «trivial» when 160,000 people «touching» just one Instapoem leave behind so much information that is quite literally out of their hands – is, in fact, a loss they can neither feel nor tally?<sup>44</sup>

Selv en tilsynelatende så enkel handling som å like et dikt bidrar til en større økonomi enn den som knytter seg til poetens popularitet. Den bidrar til å bygge den informasjonsbasen som plattformene og de sosiale medienes logikk bygger på.

Diskusjonen av van Dijck og Poells modell for de sosiale medienes logikk viser hvordan denne er en del av den mediale situasjonen til instagramdikt. Måten sosiale medier virker på, spiller inn på produksjonen og utviklingen av instagramdikt, samt hvordan diktene blir distribuert, lest og respondert. For eksempel er algoritmer og emneknagger sentrale for sammenkobling og popularitet, det vil si at de gjør det lettere for diktene å nå ut til et større nettverk av lesere. Poetene skriver sine dikt, men de gjør det i et resonansrom hvor de nevnte elementene er med på å spille inn på hva og hvordan de skriver, hvordan diktene når ut, og hvordan de blir mottatt. De ulike prosessene som finner sted «under» plattformens overflate, og som legger viktige premisser for produksjon, distribusjon og lesing av instagramdikt, gjør det utfordrende, men ikke mindre viktig, å forstå forholdet mellom diktene, publiseringsplattformen og lesernes respons på diktene.

43 Zuboff 2019.

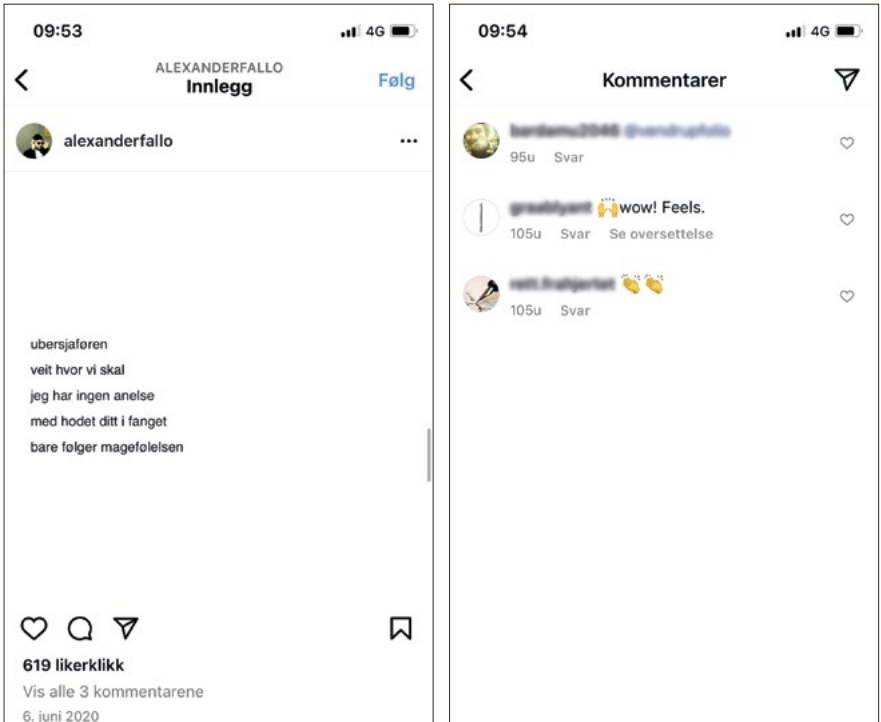
44 Berens 2019.

## Plattformspekifikke dikt

Diktet gjengitt på bilde 2 under er skrevet av Alexander Fallo og bærer tittelen «Ubersjåføren». Diktet mangler tegnsetting, og det er skrevet uten versaler. Fraværet av punktum og versaler er godt kjent fra modernistisk lyrikk og kan her anses både som en modernismemarkør, altså en grafisk klisjé, og som en måte å skrive på som er typisk for Instagram, der grunnleggende skriveregler har måttet vike for å gi inntrykk av at man skriver «instant». Videre har diktet en visuell utforming som neppe er tilfeldig, da høyresiden danner en jevn skrå linje, dog uten at det gjør diktet til et figurdikt, altså til et dikt hvor den visuelle formen utgjør en del av diktets fortolkningspotensial. Dette er poetiske valg som kan tilskrives Fallo, og ikke mediet. På samme måte er kursiveringen av diktet til Store-Ashkari, som jeg viste til i innledningen av artikkelen, forfatterens valg og ikke betinget av Instagram som medium. Likevel kan begge diktene tjene som eksempler på hvordan instagramdikt, selv om de varierer i innhold og form, har en rekke likheter som skyldes medieplattformen og dens logikk.

Både diktet til Fallo og diktet til Store-Ashkari er typiske instagramdikt: korte tekster med korte verselinjer, som oftest bare ett eller noen få ord, og med ujevn høyremarg. Verselinjen er det bærende formelementet. Grafisk ligner de på dikt som er skrevet for å bli publisert i bok. I dette skiller instagramdiktene seg fra mye av den mer eksperimenterende digitale lyrikken, for eksempel den såkalte kinetiske poesien som Ottar Ormstad har vært en eksponent for i Norge, Jason Nelsons *game poetry* eller Johannes Heldéns algoritmebaserte poesi. Dette er lyrikk som i større grad er medie- og formeksperimenterende, og som utfordrer forståelsen av hva lyrikk kan være, og hvordan den kan se ut. Samtidig er dette lyrikk som er publisert på mindre tilgjengelige plattformer enn Instagram, der kravet til teknisk kompetanse hos poeten er større, og hvor poetene selv i større grad bidrar til å forme diktens mediale betingelser.





➤ Bilde 2 Skjermdump fra instagramprofilen til Alexander Fallo med diktet «Ubersjåføren».

Når dette er sagt, er det viktig å minne om at det også skapes instagrاندikt som er mer eksperimentelle i formen. Et eksempel på dette er instagrampoeten @kaitdoes, som ofte opererer med flere mediale lag i sine innlegg. I eksemplet som er gjengitt i bilde 3, ser vi at oppsettet er annerledes enn i for eksempel Store-Ashkaris og Fallos dikt. Teksten framstår som remediert.<sup>45</sup> Den er eller minner om tekst skrevet

45 Kaitdoes 2021.

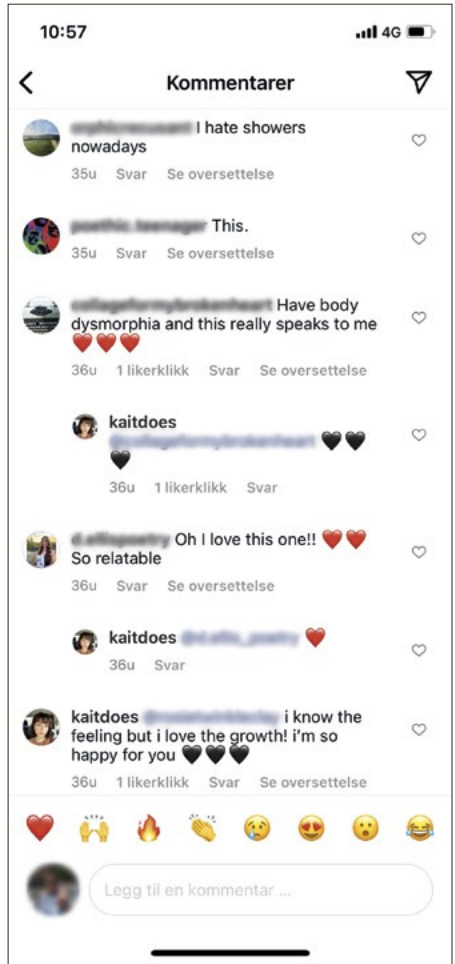
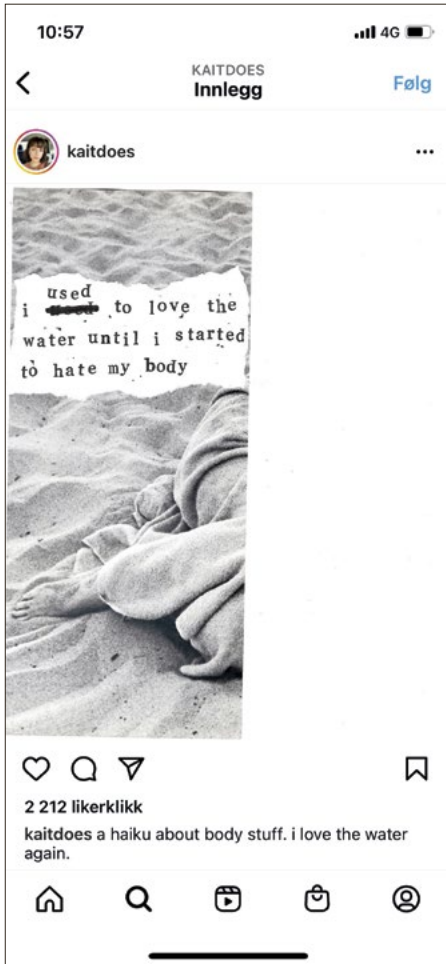
på en skrivemaskin, og den kan knyttes til en form for raderingspoesi på grunn av ordet som er streket over. Denne typen instagrandikt er riktignok ikke dominerende, særlig ikke i en norsk kontekst.

Selv om linjeskiftene i Fallos og Store-Ashkari's dikt bryter opp diktenes setninger, skaper de ikke ekstra mening eller åpner opp for tvetydige lesninger. For andre dikt av Fallo, og for andre instagrandiktere, kan enjambementet – altså det at en setning fortsetter fra det ene verset til det neste – ilegges betydning. Betegnelsen «instagrandikt» er ikke ensbetydende med funksjonsløse linjeskift. Poenget her er at diktene til Fallo og Store-Ashkari, i likhet med mange instagrandikt, i liten grad utnytter de potensialer som ligger i enjambementet som poetisk teknikk til for eksempel å skape tvetydigheter, eller til å forsinke persepsjonen og meningsskapingen. Som jeg skal komme tilbake til senere i artikkelen, kan vi se dette i sammenheng med Instagram som plattform, og med de medier diktene leses på og de situasjoner diktene leses i.

Instagrandikt kan beskrives som en type plattformdikt, og som plattformdikt er de tilpasset de tekniske mediene de primært leses på, inkludert de mulighetene for interaksjon og nettverksdistribusjon som plattformen tilbyr.<sup>46</sup> Plattformens grensesnitt utgjør ifølge Naji en del av instagrandiktenes poetikk. Hun mener at både den visuelle formen og de funksjonene som er knyttet til plattformens grensesnitt, inngår som en del av diktenes form og virkemåte. Plattformens grensesnitt utgjør en del av diktenes visuelle ramme med informasjon om publiserings-tidspunkt, antall likerklikk og kommentarer. Grensesnittet er dessuten utformet på en måte som legger opp til deltakelse, diskusjoner og en følelse av fellesskap. Å anse grensesnittet som en del av diktenes poetikk forsterker oppmerksomheten mot bruksdimensjonen ved diktene og understreker at når diktene er skrevet for å bli lest i et medium hvor

---

46 Diktene på Instagram kan også bli publisert på andre medieplattformer, som for eksempel Facebook, en kopp eller en T-skjorte. En utforskning av hvordan diktene vandrer på tvers av medier og materialiseringer, er interessant, men vil kreve en intermedial og/eller en medieøkologisk tilnærming som jeg ikke følger opp i denne artikkelen.



➤ Bilde 3 Skjermdump fra instagramprofilen @kaitdoes med dikt uten tittel.

blant annet sammenkobling og popularitet er styrende mekanismer, er diktene også disponert for respons og popularitetsmarkører.

Matt Kirschenbaum skriver at litteratur i sosiale medier, foruten å være orientert mot plattformer og hva plattformene kan tilby av funksjonalitet og infrastruktur, er kjennetegnet ved at den er utformet for å deles og leses på medier med liten leseflate, slik som en mobiltelefon eller et lesebrett.<sup>47</sup> Videre peker både Magdalena Korecka og Niels Penke på hvordan Instagrams fotoformat indirekte virker begrensende for antall ord og tegn i instagramdikt, nettopp fordi diktene skal være leselige på en liten skjerm.<sup>48</sup> Penke viser endelig til at korte instagramdikt gjerne får flere likerklipp og delinger enn lengre dikt, og argumenterer for at dette skyldes at diktene er tilrettelagt for plattformen og for det mobile mediet som diktene gjerne blir lest på.<sup>49</sup>

Hvordan blir instagramdikt lest helt konkret? Det er rimelig å anta at diktene leses på andre steder og i andre situasjoner enn der man vanligvis leser lyrikk. En mulig lesesituasjon kan for eksempel være på bussen, i en kø eller i en pause på jobben: Leseren leser et dikt hurtig, klikker på et hjerteikon og legger igjen en emoji i kommentarfeltet, før vedkommende skroller gjennom resten av bildestrømmen og liker et dikt til, eller sjekker de siste nyhetsoppdateringene på telefonen, mottar en snapchatmelding og leser et facebookinnlegg. Ifølge Johanna Drucker har *hvor* man leser betydning for *hvordan* man leser. Hun løfter fram begrepet «sight-reading» og skriver at «*where we read is as fundamental to the way the meaning of written language is produced and contributes materially to how we understand what we are reading*».<sup>50</sup> Druckers begrep er nyttig for å forstå hvordan vi leser instagramdikt. Samtidig er det nødvendig å utvide hennes modell slik at spørsmålet om «*hvor*» i «sight-reading» som begrep forstås geografisk og romlig – og

---

47 Kirschenbaum 2018: 34.

48 Penke 2019: 461; Korecka 2021: 7.

49 Penke 2019: 473, 303.

50 Drucker 2020.

som medialt bestemt. Det betyr at mediet også er med på å avgjøre hvordan vi leser. Vi dveler ikke ved instagramdikt, vi skroller videre.

At diktene er skrevet for å bli lest på en applikasjon på en mobiltelefon, inngår i forståelsen av instagramdikt som plattformspesifikke bruks- og leilighetsdikt. På den ene siden påvirker både applikasjonen og det tekniske mediet utformingen av enkeltdikt. Et langt dikt, for eksempel, vil i liten grad vil være tilpasset plattformen eller mobilskjermen. På den annen side spiller applikasjonen inn i organiseringen av diktene. En diktsamling i bokformat legger til rette for at en poet kan utforske et tema eller et motiv, eller la en historie utfolde seg over flere dikt. Instagram som publiseringsplattform og arkiv inviterer til en annerledes mediering av en slik utforsking eller utfoldelse. Poeten kan markere en samhörighet mellom dikt ved å bruke bestemte emneknagger, ved å samle flere dikt under én post, slik at leserne må sveipe til venstre eller høyre for å lese dem, eller gjennom å skape en narrativ utvikling ved at diktene på ulike måter henvender seg til hverandre, som Fallo ofte gjør. Likevel, diktene dukker ikke nødvendigvis opp i lesernes nyhetsstrøm i den rekkefølgen poeten publiserer diktene.

Et annet poeng i denne sammenhengen er at instagrampoetenes profiler ikke kun er et sted hvor de publiserer dikt. I så måte skiller Instagram som formidlingsplattform seg fra for eksempel en diktbok. Trygve Skaugs instagramprofil består for eksempel av en blanding av dikt, fotografier, videoer og egenreklame. Og retter vi blikket utenfor Norge, ser vi hvordan en forfatter som Daley-Ward, som også er modell og skuespiller, bruker Instagram til å publisere både dikt og fotografier av seg selv. Fotografiene av Daley-Ward minner om motefotografier der hun framstår poserende og velkledd, og de fleste fotografiene bærer en høy visuell og teknisk kvalitet. Dermed inngår diktene i en bredere visuell selvframstillingskultur. Både Skaug og Daley-Ward demonstrerer hvordan instagrampoetenes profiler ofte er hybride. Grensene mellom poesi, egenreklame og influensermateriale er visket ut, og fellesnevneren er at de ulike innleggene tjener formål som alle inngår som en del av Instagrams logikk.

## Brukslyrikk og bruksteknologi

Instagrampoetene og instagramdiktene er i stor grad underordnet de medietekniske mulighetene som plattformen tilbyr. Publiseringsen av instagramdikt krever ikke særlig tekniske ferdigheter. Det er enkelt å publisere diktene, men samtidig er det nærmest umulig for poeten å endre eller påvirke de tekniske betingelsene for publiseringen. Diktene er som oftest skrevet i et skrive- og tekstredigeringsprogram og deretter publisert på Instagram. De kan opptre alene, uten annen visuell ramme enn plattformens grensesnitt, slik diktet til Fallo er et eksempel på. Eller de kan opptre sammen med illustrasjoner, der illustrasjonene inngår som en del av diktenes visuelle uttrykk, slik vi så det i diktet til @kaitdoes. Endelig kan et dikt opptre på Instagram som fotografert bokside og som tekst skrevet i kommentarfeltet.<sup>51</sup> Ofte ser man at instagrampoeter varierer mellom ulike måter å publisere på, eller de kombinerer ulike formater i en og samme publisering. Dette kan ha både estetiske og medieteknologiske grunner. Blant annet kan det være et poeng at diktene blir visuelt synlige, lesbare og søkbare på mer enn én måte.

Forholdet mellom dikt og teknologi er en annen for instagrampoesien enn for mange andre digitallyriske sjangrer. I annen digital poesi blir, som jeg har vært inne på tidligere, medieteknologien ofte brukt på en overraskende, og i noen tilfeller også eksperimenterende, måte. Poeten utvikler og utfordrer medieteknologiske løsninger, tilpasser medieplattformen til det poetiske uttrykket, eller, alene eller i samarbeid med en programmerer, gjør bevisste valg om hvilke kodespråk som det digitale diktet skal framtre gjennom.<sup>52</sup> Dette er for eksempel

---

51 Instagramdikt publisert som fotografert bokside demonstrerer en utfordring fordi diktet på selve fotografiet framkommer uten den visuelle rammen og de kommunikasjonsmulighetene som Instagram tilbyr. Derimot blir disse gjenintrodusert idet diktet remedieres som fotografert bokside på den digitale plattformen. De mediale egenskapene som inngår som del av diktenes poetikk, blir altså på nytt synlige og tilgjengelige i remedieringen.

52 Se Marino 2020.

tilfelle med *code poetry* hvor kodespråk og poetisk språk gjerne er tenkt som en helhet. En slik helhetlig tenkning, der programmeringskodene er inkludert i diktenes idé, er derimot fraværende for instagram-poetene. Disse velger å publisere sine dikt på Instagram og aksepterer med det de mulighetene som Instagram tilbyr. Det betyr ikke nødvendigvis at de er likegyldige til mediet, men de forholder seg til det på en annen måte enn forfattere av annen digital lyrikk. Snarere enn å utfordre medievillekårene for produksjon av lyrikk utnytter de mediets muligheter for interaksjon – for kommentarer og tilbakemeldinger fra leserne – og for bred distribusjon gjennom sammenkobling. Hvordan diktene skaper interaksjon og blir distribuert til og mellom mange, er avhengig både av Instagrams virkemåter og av lesernes aktivitet. Den informasjonen som lesere legger igjen når de trykker «liker», videresender eller kommenterer, danner potensielt et materiale som poeten kan bruke til å utvikle sine dikt på. Herunder kommer de likerklikk og tilbakemeldinger som har en uttalt mening og hensikt, det Jakobson kaller «message», og dessuten handlinger som har en fatisk funksjon. Hvordan diktene blir brukt, antall likerklikk, enkeltkommentarer, regramming, hvilke motiv og temaer som synes å treffe leserne godt, inngår som en del av en feedback-sløyfe som kan spille tilbake på diktene, på poetens måte å skrive på, samt på hva diktene gjerne handler om.

Instagramdikt handler ofte om følelser, og om identitet og utenforskap, om å overvinne følelsen av skam og om å styrke selvfølelsen, og ofte er tematikken hverdagslig. Det er en klar sammenheng mellom dette – instagramdikt som brukslyrikk med en hverdagslig tematikk – og Instagram som en kommunikasjonsplattform man bruker i hverdagen. Kirschenbaum hevder at litteratur i sosiale medier prioriterer «the ordinary, the everyday, and the plain as opposed to the exceptional or the surprising or the dense».<sup>53</sup> Emosjonelle tilstander er formidlet i et enkelt språk, og dette formtrekket synes å være så viktig at flere inkluderer disse motivene og temaene i definisjonen på instagramdikt.

---

53 Kirschenbaum 2018: 34.

Pâquet skriver at diktene utforsker og promoterer temaer som åndelighet, selvtillit og helbredelse.<sup>54</sup> Kathi Berens hevder at instagrandikt er sentimentale og hverdagslige,<sup>55</sup> og Thomas skriver at sosiale medier som Instagram tilbyr muligheten til å observere andres hverdagsliv, «getting closer to the dailiness of life»,<sup>56</sup> og hun framhever hvordan for eksempel selvhjelptematikken sammenfaller med diktens språklig-hverdagslige uttrykk: «The tone and vocabulary of this poetry is distinctive, reminiscent of the language of self-help and self-improvement that provides such an important outlet for young people struggling with issues of identity and self-worth.»<sup>57</sup> Instagrandiktens orientering mot emosjonelle aspekter ved hverdagslivet kan forstås i lys av det van Dijck og Poell kaller popularitet. Dikt om identitet, forelskelse og følelse av sårbarhet tiltrekker seg mange lesere, og som leserne – gjennom plattformens tilbakemeldingssystemer – gir uttrykk for at de ønsker å lese om. Samtidig påpeker van Dijck og Poell at sosiale mediers algoritmer er innstilt slik at de oppdager trender og forsterker disse ved å distribuere nye innlegg som faller inn under de samme trendene:

[P]latforms claim they can track instantaneous movements of individual user behavior, aggregate these data, analyze them, and subsequently translate the results into valuable information about individuals, groups, or society at large. Social media logic of detecting representative trends based on real-time analytics is increasingly mingling with polling strategies established by mass media logic.<sup>58</sup>

Tilsvarende kan Instagram blant annet samle inn informasjon om hvordan instagrandikt blir brukt, om hvilke trender som synes å være

---

54 Pâquet 2019: 296.

55 Berens 2019.

56 Thomas 2020: 20.

57 Thomas 2020: 91.

58 van Dijck & Poell 2013: 10.



populære, og hvilke emneknagger som tiltrekker seg flest lesere. Følger vi van Dijck og Poells resonnement, kan vi dessuten si at plattformens mekanismer ikke bare «måler» uttrykk og meninger, men også er med på å forme dem. I så måte er plattformen en betydelig part som er med på å mediere, formalisere og forhåndsformate instagramdikt og hva de uttrykker.

Når tilbakemeldinger fra lesere blir informasjon som former nye dikt, kan diktene sies å være en del av det Fredrik Tygstrup har kalt «kulturindustri 2.0». Tygstrup påpeker at de digitale mediene i det 21. århundre har endret den kulturelle produksjonen: «Innsikt i brukernes konkrete konsumvaner – hvad der understreges, deles, springes over, vendes tilbake til osv. – åpner for en ny microengineering af markedsrættede værker.»<sup>59</sup> Det betyr, skriver Tygstrup, at eksperimentelle produkter med et overraskelsesmoment blir erstattet av produkter som er kjente og gjenkjennelige.

Tygstrups analyse gjør det mulig å forstå instagramdikt som markedsrettede dikt. Diktenes popularitet, om de fungerer eller ikke, måles blant annet i antall likerklikk. Samtidig virker algoritmer inn på hvordan instagramdikt blir distribuert, hvor og hvordan de blir lest, samt hvilke dikt som blir likt. Dermed er algoritmene med på å skape den tilbakemeldingen som poetene får på sine dikt, og som de kan forholde seg til. Heller enn avansert teknologisk kompetanse behøver instagrapoeter kjennskap til hvordan man gjennom Instagram og andre sosiale medier kan bygge et nettverk av «følgere». For å oppnå popularitet må de skrive dikt som innfrir «følgerenes» (og markedets) forventninger. De må, om vi følger Kirschenbaum, ikke overraske. Og de må være tilpasset de betingelsene som grensesnitt, organiseringsmåte, nettverk, plattformens eiere og algoritmer setter for publisering, distribusjon og lesing.

---

59 Tygstrup 2016: 24.

## Hverdagslig tematikk, sentimental formeldiktning og gjenkjennelighet

Temaene i instagramdikt er gjerne sentrallyriske, men de behandles som hverdagslige og samtidsorienterte heller enn som universelle og transhistoriske. Fallo bruker i det nevnte eksemplet en mindre regulert taxitjeneste som motiv for å oppfordre leserne til å følge sine følelser og risikere noe for å oppleve kjærlighet. I det innledende eksemplet fra Store-Ashkari er det et jeg som frigjør seg selv fra følelser som skyld og skam, og som indirekte oppmuntrer andre til å gjøre det samme, det vil si å ikke la seg styre og undertrykke av det man tror er andres forventninger. Som vi skal se, er disse motivene og temaene også framtreddende i Trygve Skaugs dikt.

Mange av diktene til Skaug kan beskrives som formeldikt. Skaug framsetter en påstand og legger inn en vending der påstanden forankres i den konkrete hverdagen til et jeg eller et du. Det kan være en tolinjer, som for eksempel «Grip dagen / (og hold den nede til jeg kommer)»,<sup>60</sup> eller et typisk dikt som omhandler forholdet mellom et jeg og et du:

Du vet  
hvor du har meg  
for det var du  
som satte meg  
her

Dette siste diktet er publisert 26. februar i 2019 og er organisert i korte linjer.<sup>61</sup> Linjeskiftene er her, som i de andre diktene jeg har vist til, hyppige, men uten at de synes å ha en klar funksjon. De tilpasser riktignok diktet til lesemediet, og de skaper korte pauser, det vil si perseptive

---

60 Skaug 2020b.

61 Skaug 2017.

brudd idet leseren må vende blikket fra den ene linjen til den etterfølgende, men slike utsettelse etablerer i Skaugs dikt verken spenninger eller tvetydigheter. De gjør med andre ord ikke noe med diktets mening, utover at de gjør at diktene ser ut som dikt, og gir dem en form som passer godt til Instagrams publiseringsformat. Skaugs lesere responderer positivt. Sistnevnte dikt, «Du vet», har i skrivende stund fått 3693 likerklipp, mens tolinjeren har fått 2191.<sup>62</sup> Det er lett å se hvorfor diktene til Skaug treffer mange lesere. Diktene er konfirmative, og de er i form, motiv og tematikk av den typen dikt som bekrefter et fellesskap.

Skaugs dikt handler gjerne om det mellommenneskelige, og diktene er ofte sentimentale. De er følsomme og formidler tanker om og følelser knyttet til forelskelse, kjærlighet og tap.

Når du oppdager  
at du er så slepphendt  
at du klarer  
å miste  
noe du aldri  
har hatt

Dette diktet, som er publisert 6. juli 2018, har fått 4179 likerklipp.<sup>63</sup> Det består av en adverbial leddsetning og minner om en litt lang emneknagg å la «#denfølelsen». Skaug selv har satt «#densiste» som emneknapp på diktet. Emneknaggen kan fungere som en tittel på diktet, og den kan gi en indikasjon på hvordan diktet skal tolkes.

Dikt som utelukkende består av en eller flere tidsadverbiale leddsetninger, er ikke ukjent i lyrikkhistorien eller i samtidslyrikken. For eksempel finner vi en slik setningsstruktur i flere av samtidslyrikeren Hanne Bramness' dikt. I «Vind på bilete» fra samlingen *Solfinger. Dikt for born* fra 2012 heter det: «Når skjorta på snora vinkar, / båten står

62 1. juni 2021.

63 Skaug 2018. Antall likerklipp per 1. juni 2021.

skeivt på vatnet, / når trea bøyer kronene / og ei fjør flyg høgt åleine.»<sup>64</sup>  
I Bramness' dikt skaper den adverbiale leddsetningen en spenning som understreker det paradoksale som diktet ifølge tittelen forsøker å gjøre. Å fange vind på et bilde er ikke noe man kan gjøre uten videre. Ved å skrive vinden inn i relasjoner til objekter klarer Bramness allikevel dette. Hun skaper slik et semantisk sammenfall mellom diktets innhold og diktets form, for også de adverbiale leddsetningene er temporalt betinget, flyktige slik vinden er, og de er ikke meningsfylte alene, men må inngå som del av en helsetning, altså i en større helhet.

Også i Skaug's dikt er den adverbiale leddsetningen syntaktisk ufullstendig, og den kan sies å speile følelsen av å være ufullstendig når man mangler eller savner noe eller noen. Allikevel blir ikke linjene «å miste / noe du aldri / har hatt» noe annet enn en tilsynelatende paradoksal kommentar på det å være «slepphendt». Diktet er bekreftende og inneholder sannhetsord som alle kan relatere seg til – paradokset inviterer ikke til en mer inngående fortolkning. Innsikten er umiddelbar, og slik kan diktet knyttes til tanken om bruk og popularitet som en drivkraft ved sosiale medier generelt, og instagramdikt spesielt. Diktet er tilpasset lesing på mobiltelefon, i situasjoner som ikke gir rom for undring og dveling.

Skaug skriver inn frykt og angst i dikt som er publisert til bestemte politiske saker. I forbindelse med Black Lives Matter-bevegelsen i 2020 publiserte Skaug flere aktivistiske dikt som samtidig formidler troen på kjærlighet og fellesskap.<sup>65</sup>

Ingen flodbølge  
er bare  
de få dråpene i front alene  
derfor er det akkurat vi  
som ikke kjenner ham personlig

---

64 Bramness 2012: 41.

65 Skaug 2020a.

som ikke bor i det landet  
 som ikke føler det kneet rett på kroppen  
 som skal være alle de dråpene bak  
 vi er milliarder av liter  
 med kraft og kjærlighet  
 som skyller inn  
 og knuser rasismen til pinneved  
 hvis vi en og en og en dytter sammen

Diktet framkommer som påskrift på et fotografi som viser urolig sjø og bølger som slår mot land. Fotografiet har en redundant effekt og tjener en rent illustrerende funksjon. Sammenlignet med de andre diktene av Skaug som jeg har kommentert her, er dette et noe lengre dikt, et dikt hvor overflødige ord og linjer ikke er barbert bort. Man kan argumentere for at diktet burde stanset med linja «som skal være alle de dråpene bak», og at pronomenet «de» i denne linja kunne vært utelatt. Det ville gjort henvendelsen til vi-et enda mer åpen, og dråpene ville fått en ikke-spesifikk referanse. Diktet er en oppfordring basert på kausalitet. Subjunksjonen «derfor» fungerer som en igangsetter for diktets oppfordring, men tempusformen på verbet i åttende linje, «som skal være», er ikke en logisk oppfølging. Snarere burde linja fulgt opp verbet «er» i andre linje, slik at vi-et som en konsekvens er dråpene bak, eller rettere blir dråpene bak idet diktet utsies. Skaug setter emneknaggene «equality», «justiceforgeorgefloyd», «blacklivesmatter» og «antirasisme» på diktet. Dermed kobler han det til et nettverk av dikt med samme tema, en sammenkobling som øker antall potensielle lesere.

Diktet har fått 5056 likerklipp og 113 kommentarer, som entydig responderer positivt med emojis og takksigelser, uttrykt i verbaltekst som «FLOTT!» og «Du setter så fint ord på det de fleste av oss ikke klarer og [sic] uttrykke».<sup>66</sup> Noen tagger andres innlegg, eller kommenterer andre, og også flere av kommentarene har fått likerklipp.

---

66 1. juni 2021.

Lesernes handlinger uttrykker et fellesskap og en konsensus om både viktigheten av diktets tema og diktets brukskvalitet. Det høye antallet likerklikk og de mange kommentarene forteller oss at dette, innenfor den kvalitetslogikken som Tygstrup kaller kulturindustri 2.0, er et godt dikt. Det fungerer for leserne, og det fungerer i den politiske konteksten det er publisert innenfor.<sup>67</sup>

Når diktene er som de er, skyldes det selvsagt Skaugs vurderinger og poetiske evner. Det skyldes også, som jeg har vist, Instagrams logikk. Og videre er det et poeng at medieplattformen, det tekniske lemediet samt lesesituasjonen ikke synes å være skapt for dikt som krever en større grad av kognitivt arbeid for å bli «avkodet». Diktene enkle budskap legger til rette for at flest mulig umiddelbart skal forstå dem, og like umiddelbart like og dele dem. Kanskje er diktene også ment å skape gode følelser, og derfor inviterer de til fatisk kommunikasjon og en følelse av fellesskap framfor kritisk refleksjon. Her står Skaugs dikt i motsetning til for eksempel Yrsa Daley-Ward, som også har publisert antirasistiske dikt i forbindelse med Black Lives Matter. Et av disse diktene er kort, og det er skrevet over et fotografi av et grenverk: «I don't see a problem // wait am I the problem?».<sup>68</sup> Diktet er publisert 5. juni 2020, altså samme dag som Skaugs dikt. Der Skaug er orientert mot et «vi», retter Daley-Ward oppmerksomheten mot jeget, og der hun stiller spørsmål ved jegets posisjon, framstår det kollektive vi-et som Skaug forsøker å etablere, uten kritisk selvrefleksjon.

Forskjellen mellom de to diktene er mange og skyldes både strategiske valg og poetenes individuelle stil. Det er likevel relevant å spørre om det er slik at det ene diktet mangler en selvkritisk orientering fordi Instagrams logikk og instagramdiktene lesesituasjon ikke inviterer til eller ikke er tilpasset en slik poetisk orientering. Det kan være mer ubehagelig å lese en linje der leseren tvinges til å rette blikket, eller

---

67 Diktet er også publisert på Facebook. Der har det fått 1300 likerklikk og 24 kommentarer, og det er blitt delt 372 ganger, per 21. september 2021.

68 Daley-Ward 2020.

tankene, mot seg selv i en så alvorlig sak, der leseren blir tvunget til å spørre seg selv om hun er en del av problemet. Van Dijck og Poell argumenterer for at sosiale mediers algoritmer serverer brukerne mer av det de allerede har likt. Skaug gjør det samme. Han skriver dikt hvis kvalitet ligger i gjenkjennelsen, og der vi-et er ment å være samlende, heller enn å skrive dikt som formidler individuelle, religiøse, kulturelle eller sosioøkonomiske forskjeller. Diktene til Skaug uttrykker noe leserne kan relatere seg til. Dette er diktet i kulturindustri 2.0, der Instagram etablerer betingelsene for produksjonen av diktene, vel så mye som for distribusjonen av dem og for systemet for tilbakemeldinger.

## Diktene, situasjonen og medielogikken

Instagram er ikke et nøytralt medium. Plattformen virker inn på hva diktene handler om, hvordan de er utformet, og hvordan de distribueres. På hvilke måter diktene er mediespesifikke, er i denne artikkelen drøftet ved hjelp av van Dijck og Poells analyse av sosiale mediers logikk. Deres modell er med på å belyse hvordan Instagram som plattform spiller inn på diktene, distribusjonen av disse, interaksjonen mellom diktene og leserne, inkludert aktiviteter som likerklikk og regramming. Videre viser deres undersøkelse hvordan algoritmer prioriterer noen emner og skjuler andre, at algoritmer kalibrerer et innhold for bestemte brukere, og at aktiviteter på sosiale medier inngår i en mediekultur med «like-økonomi», der ulike aspekter ved innholdsproduksjonen søker mot popularitet. Det er ingenting som tilsier at instagramdikt representerer en praksis som ligger på utsiden av Instagrams logikk. Instagramdikt kan som alle andre dikt i prinsippet handle om hva som helst, og de kan innta en rekke former. Likevel viser både tidligere resepsjon og gjennomgangen i denne artikkelen at instagramdikt i stor grad omhandler noen få tema, at de er orientert mot hverdagslivet, at de lar seg bruke, og at de mest populære instagrampøetene i Norge i liten grad

eksperimenterer med poetiske former. Én grunn til dette er at diktene fungerer innenfor rammen av de medievilkår som Instagram er med på å sette.<sup>69</sup>

Diktene er gjerne orientert mot en hverdag, en dimensjon som synes å passe godt til Instagram, en plattform som for lengst har inntatt hverdagslivet, mer eller mindre uavhengig av innhold. Van Dijk og Poell skriver at «social media platforms have penetrated deeply into the mechanics of everyday life».<sup>70</sup> Med det sikter de blant annet til hvordan medieplattformen brukes i en rekke hverdagslige situasjoner, og at denne bruken også innvirker på innholdet som produseres. Denne brukssituasjonen ved instagramdikt finner vi igjen i hverdagslivsdimensjonen til diktene. Diktene refererer til en hverdag, hvis gjenkjennelighet vinner gjenklang og blir bekreftet av kommentarer som «Så sant» og «Amen» og «Tror det blir slik etter hvert som livet leves».<sup>71</sup> Videre understreker de hverdagslige motivene brukskarakteren til instagramdiktene, det vil si at diktene er skrevet for å bli brukt i bestemte anledninger, om det er for en politisk sak eller for å gi trøst og skape en følelse av fellesskap. Hverdagsdimensjonen viser noen av diktenes kvaliteter i en mer konvensjonell forstand. Det vil si at diktene, og deres poetiske begrensninger til tross, har en estetisk verdi for leserne. Denne verdien har å gjøre med gjenkjennelse og gjentakelse, at diktene gir mer av det leserne allerede har lest, men brukssituasjonen går også utover denne. Diktene er ikke nødvendigvis makeløse, vakre og originale, men de har en virkning på en bestemt medieplattform i bestemte situasjoner. At diktene er skrevet for å bli lest på en applikasjon på en mobiltelefon,

---

69 Her er det viktig å minne om at Instagram inngår i et nettverk med andre sosiale medieplattformer. I så måte er medieplattformen under stadig press fra andre sosiale medier, og den følger trender og teknologiske muligheter fra for eksempel Snapchat og TikTok, for å hele tiden å kunne tilby brukerne sine det samme som andre plattformer. Her sikter jeg altså til at det ikke bare er Instagram som dikterer sine egne medievilkår.

70 van Dijk & Poell 2013: 3.

71 Disse tre eksemplene er hentet fra kommentarfeltet til Trygve Skaugs to første kalenderdikt i 2021, se Skaug 2021a og Skaug 2021b.



inngår i forståelsen av instagramdikt som plattformspesifikke bruks- og leilighetsdikt. Som bruksdikt er de oftest uten tvetydigheter, de yter ikke fortolkningsmessig motstand, men er likevel, eller kanskje nettopp derfor, dikt som når ut til mange.

Denne artikkelen forstår instagramdikt som en type markedsorientert, mediespesifikk brukslyrikk. Det er fristende å minne om det skillet Roland Barthes en gang etablerte mellom «lesbare tekster» (*texte lisible*) og «skrivbare tekster» (*texte scriptible*).<sup>72</sup> Ifølge Barthes har lesbare tekster en enkel tilgjengelig mening, som ikke krever anstrengelse eller særlig fortolkning for å bli forstått. I motsetning til det han kaller skrivbare tekster, mangler slike tekster et flertydig meningsinnhold, og de engasjerer ikke leserne som medskapere.<sup>73</sup> Lesbare tekster unndrar seg ifølge Barthes gleden, meningsmangfoldet, forsinkelsen og usikkerheten som ligger i fortolkninger og i gjenlesninger. Tekstene er lukkede og åpner ikke for andre forestillinger og momenter gjennom nye lesninger. Derfor blir leserne ifølge Barthes konsumenter og produkter, ikke produsenter av tekster.

Bildestrømmen, emneknagger, algoritmer, lesesituasjonen og den raske lese måten som Instagram inviterer til, fordrer dikt som man ikke trenger å dvele ved, som ikke må leses flere ganger for å bli forstått. Instagram som publiseringsplattform åpner slik i liten grad opp for «skrivbare tekster», det vil si komplekse og mangetydige dikt. Flertydige eller mindre tilgjengelige tekster motvirker sammenkobling og skremmer heller enn å tiltrekke seg nye lesere. Som en konsekvens av dette er instagramdiktene ikke en type tekster der man ved en eventuell gjenlesing oppdager nye sider. Mange av diktene er preget av floskler, og de forsøker å framkalle bestemte følelser hos leseren, følelser som synes å optimalisere sammenkobling, enten sammenkoblingen skjer fordi leserne uttrykker meninger om diktet, eller fordi leserne rituell likerklikker for å opprette en følelse av kontakt med poeten og et

72 Barthes 1974.

73 Barthes 1974: 5.

felleskap. Instagramdikt er ikke et produkt kun av sin poet, de er også et resultat av sitt medium og sine lesere.

Van Dijck og Poell påpeker at mange brukere av sosiale medier har interesse av å opprettholde et stort antall følgere, blant annet av hensyn til markedsverdi og, kan jeg legge til, for egen inntjening og for å øke muligheten for å få diktene utgitt på et forlag.<sup>74</sup> Både Berens og Thomas framhever tilsvarende Instagram som et kommersialisert system hvor litteratur inngår. Thomas slår fast at denne type litteratur er «already always implicated in commercial systems»,<sup>75</sup> mens Berens skriver at «[r]eposts, likes and comments are the currency of social media». Den allerede nevnte «liker-økonomien» er en del av en større økologi og økonomi. For eksempel promoterer Skaug på sin instagram-profil at han har egen butikk og selger billetter til egne konserter, mens andre publiserer velgjorte fotografier av seg selv, slik Daley-Ward er et eksempel på. Dette er ikke nødvendigvis en blanding av det private og det offentlige. Snarere er dette framstilling av ulike sider ved poetens aktiviteter, der det tilsynelatende private er blandet med det kommersielle, en blanding som medfører at også ulike nettverk og miljøer på sosiale medier går over i hverandre.

Instagrams logikk med sin orientering mot sammenkobling, popularitet og datafikasjon legger til rette for en type kommersiell konsumentkultur som kan minne om den Barthes en gang beskrev som en kultur «which would have us 'throw away' the story once it has been consumed ('devoured'), so that we can then move on to another story, buy another book».<sup>76</sup> Barthes utviklet riktignok sine begreper om litteratur knyttet til boken som medium, men i samtidens litterære miljø kan ikke Instagram og bokmediet holdes fra hverandre. Instagrams logikk er også av betydning for litteratur i bøker. Påvirkningen kan skje

---

74 Van Dijck & Poell 2013.

75 Thomas 2020: 2.

76 Barthes 1974: 16.

direkte og indirekte,<sup>77</sup> for eksempel ved at dikt som først ble skrevet for publisering på Instagram, senere blir publisert i bokformat som en diktsamling. Alle instagramdikterne som jeg har referert til i denne artikkelen, har publisert diktbøker på papir etter at de ble populære som instagramdiktere. I så måte virker Instagrams logikk direkte inn på litterære institusjoner og bokmarkedet så vel som på forståelsen av hva litteratur kan være.

I det litterære mediemiljøet, hvor nærheten mellom sosiale medier og bøker, og mellom ulike institusjoner på og utenfor sosiale medier blir mer og mer påtakelig, kan heller ikke institusjoner se bort fra de medielogikker som blant annet sosiale medier representerer. Litterære institusjoner er allerede involvert i den samme litterære mediekulturen som Instagram. Det er en kultur der skillene mellom det analoge og det digitale blir mer og mer utvisket, og der diktbøker, utgivere og lesere er infiltrert av en medielogikk som fortsatt er relativt ny, og som vi må anta at fortsatt er under utvikling.

## Litteratur- og kildeliste

- Atticus [@atticuspoetry] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/atticuspoetry/>
- Barthes, R. (1974). *S/Z: An Essay*. Hill and Wang.
- Benthian, C. (2019). Poetry in the Digital Age. *INSL*. <https://lyricology.org/poetry-in-the-digital-age/>
- Berens, K.I. (2019). E-Lit's #1 Hit: Is Instagram Poetry E-literature? *Electronic book review*. <https://doi.org/10.7273/9sz6-nj80>
- Bramness, H. (2012). *Skogen i hjertet*. Nordsjøforlaget.
- Crepax, R. (2020). The Aestheticisation of Feminism: A Case Study of Feminist Instagram Aesthetics. *ZoneModa Journal*, 10(1S), 71–81. <https://doi.org/10.6092/issn.2611-0563/10555>

---

77 Se f.eks. Prytz 2016.

- Daley-Ward, Y. [@yrsadaleyward] (2020, 5. juni). «I don't see a problem» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBDyzf1nSGm/>
- Daley-Ward, Y. [@yrsadaleyward] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/yrsadaleyward/>
- Drake, R.M. [@rmdrk] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/rmdrk/>
- Drucker, J. (2020). Sight. I M. Rubery & L. Price (red.), *Further Reading. Oxford Handbooks Online*. <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780198809791.001.0001/oxfordhb-9780198809791-e-14>
- Engberg, M. (2007). *Digital born: Writing Poetry in the Age of New Media* [doktorgradsavhandling]. Uppsala universitet.
- Ensslin, A. (2006). *Canonizing Hypertext*. Bloomsbury Publishing.
- Fallo, A. [@alexanderfallo] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/alexanderfallo/>
- Gerlitz, C. & Helmond, A. (2013). The Like Economy: Social buttons and the data-intensive web. *New Media and Society*, 15(8), 1348–1365. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444812472322>
- Hansen, M.B. (2010). New Media. I W.J.T. Mitchell & M.B. Hansen (red.), *Critical Terms for Media Studies* (s. 172–185). University of Chicago Press.
- Hayles, N.K. (2008). *Electronic Literature: New Horizons for the Literary*. University of Notre Dame Press.
- Hayles, N.K. (2012). *How We Think: Digital Media and Contemporary Technogenesis*. University of Chicago Press.
- Instagram (u.å.). #poets. Hentet 27. juni 2022 fra <https://www.instagram.com/explore/tags/poets/>
- Jenkins, H., Ford, S. & Green, J. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York University Press.
- Kaitdoes [@kaitdoes] (2021, 7. oktober). «i used to love» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CUUpTwWrA82/>
- Kaur, R. [@rupikaur] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. [https://www.instagram.com/rupikaur\\_/](https://www.instagram.com/rupikaur_/)

- Khilnani, S. (2021). Moving Poetry: Affect and Aesthetic in Instapoetry. I S. Malhotra, K. Sharma & S. Dogra (red.), *Inhabiting Cyberspace in India* (s. 135–142). Springer.
- Kirschenbaum, M. (2018). ELO and the Electric Light Orchestra: Electronic Literature Lessons from Prog Rock. *Materialades da Literatura* (2), 27–36. [https://doi.org/10.14195/2182-8830\\_6-2\\_2](https://doi.org/10.14195/2182-8830_6-2_2)
- Korecka, M.E. (2021). *Instagram Poetry as a Site of Empowerment: Advocating Equality, Anti-Racism, and Mental Health Awareness* [masteroppgave]. Universität Wien.
- Kovalik, K. & Curwood, J.S. (2019). #poetryisnotdead: Understanding Instagram Poetry within a Transliterations Framework. *Literacy*, 53(4), 185–195.
- Lindgren, L. (2021). *Ekko: Et essay om algoritmer og begjær*. Gyldendal.
- Matthews, K.L. (2019). «Woke» and Reading: Social media, Reception, and Contemporary Black Feminism. *Journal of Audience and Reception Studies*, 16(1), 390–411.
- Mønster, L. (2016). *Ny nordisk*. Aalborg universitetsforlag.
- Naji, J. (2021). *Digital poetry* [Kindle-versjon]. Palgrave Macmillian.
- Pâquet, L. (2019). Selfie-Help: The Multimodal Appeal of Instagram Poetry. *Journal of Popular Culture*, 52(2), 296–314.
- Pedersen, F.H. (2020a, 31. januar). Kvinne, redd meg [anmeldelse av *Ikke slipp*, av T. Skaug]. *Morgenbladet*, 38–39.
- Pedersen, F.H. (2020b, 24. februar). Instapoesi er ikke uten videre poesi. *Bokvennen litterære avis*. <https://www.blabla.no/frode-helmich-pedersen-instapoesi-litteraturkritikk/instapoesi-er-ikke-uten-videre-poesi/110890>
- Penke, N. (2019). #instapoetry: Populäre Lyrik auf Instagram und ihre Affordanzen. *Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik*, 49(3), 451–475.
- Prytz, Ø. (2016). *Litteratur i en digital tid*. Scandinavian Academic Press.
- Rettberg, S. (2019). *Electronic Literature*. Polity.

- Rustad, H.K.S. (2017). Digital litteratur. I T.R. Andersen, J. Bruhn, N. Christensen, S. Kjerkegaard, S.T. Linkis, B.S. Pedersen & H.K.S. Rustad (red.), *Litteratur mellom medier* (s. 177–198). Aarhus universitetsforlag.
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2017, 23. mars). «du vet hvor du har meg» [Instagram-post]. Instagram. [https://www.instagram.com/p/BR\\_2OlpAW9w/](https://www.instagram.com/p/BR_2OlpAW9w/)
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2018, 6. juli). «når du oppdager» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bk5TO1ZIKYF/?hl=nb>
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2020a, 5. juni). «ingen flodbølge» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBEITHgFkNB/>
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2020b, 5. november). «grip dagen» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CHNvYPTIT6j/c/18071067946245105/>
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2021a, 1. desember). «Kalender» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CW7oUm2sYsj/>
- Skaug, T. [@trygveskaug] (2021b, 2. desember). «Det lukter» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CW97H0vqIFE/>
- Skaug, T. [@trygveskaug] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/trygveskaug/>
- Store-Ashkari, S. [@ingentingusagt] (2020, 12. november). «en dag bestemte jeg meg» [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CHgM8k6LnsQ/>
- Store-Ashkari, S. [@ingentingusagt] (u.å.). *Posts* [Instagram-profil]. Instagram. Hentet 17. juni 2022. <https://www.instagram.com/ingentingusagt/>
- Thomas, B. (2020). *Literature and Social Media*. Routledge.
- Tygstrup, F. (2016). Kultur, kvalitet og menneskelig tid. I K.O. Eliasson & Ø. Prytz (red.), *Kvalitetsforståelser. Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur* (s. 23–35). Kulturrådet.
- van Dijck, J. & Poell, T. (2013). Understanding Social Media Logic. *Media and Communication*, 1(1). <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>
- Watts, R. (2018). The Cult of the Noble Amateur. *PN Review*, 44(3). [https://www.pnreview.co.uk/cgi-bin/subscribe?item\\_id=10090](https://www.pnreview.co.uk/cgi-bin/subscribe?item_id=10090)

- Zuboff, S. (2019). *Overvåkningskapitalismens tidsalder: Kampen for en menneskelig framtid ved maktens nye frontlinjer*. Spartacus.
- Økland, I. (2020, 17. april). Instagram-poeten Alexander Fallo prøver og feiler i bokformatet. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/jdEjaz/bokanmeldelse-instagram-poeten-alexander-fallo-proever-og-feiler-i-bokformatet>





# Interactivity and togetherness in digital theatre

Elena Pérez og Ellen Foyen Bruun

Theatre has continuously reimagined itself  
with «the tools» of its own time.<sup>1</sup>  
Shannon Jackson

Every epoch accepts certain performative  
actions as theatrical, whereas others are  
excluded from the realm of «theatre».<sup>2</sup>  
Wilmar Sauter

When the COVID-19 pandemic hit Norway in March 2020, the performing arts faced challenges few could have imagined. Some theatres sent staff home while others explored alternative ways of engaging with their audiences. Production circumstances changed overnight, and theatre institutions and theatre companies responded as best they

---

1 Jackson & Weems 2015: 2.

2 Sauter 2008: 72.

could. The number of conventional productions decreased, but some companies and theatres soon adapted to the new conditions and used digital technologies in new, creative ways. Consequently, audience experience was moved from the usual theatre spaces to other locations, such as private homes. The pandemic became a sudden new production context for Norwegian theatre, requiring that theatres use their knowledge and technologies in new ways.

Examples of such experiments started appearing mere weeks after the pandemic reached Norway. In March, Haugesund Teater (Haugesund Theatre) created a digital video version of their production *Blindness* by José Saramago.<sup>3</sup> The show was recorded from actors' homes and recordings were edited into six YouTube episodes released weekly. In April, Rogaland Teater (Rogaland Theatre) produced *Scener fra et ekteskap* (*Scenes From a Marriage*) by Ingmar Bergman, directed for the theatre by Kjersti Horn.<sup>4</sup> It was performed on the theatre stage by two actors without a live audience, but streamed live on Facebook, reaching an audience of 1600 people in one performance alone. In May, Tromsø's Performing Arts Festival – Vårscenefest (Spring Scene Festival) – rebranded itself into Vårskjermfest (Spring Screen Festival) and asked artists to adapt their performances to be shown on online platforms rather than physically in a room.<sup>5</sup> This curatorial twist resulted in a variety of experiments where audiences could not only watch from home but also interact with the performances.<sup>6</sup> Around the same time, Det Andre Teatret (The Other Theatre) started a digital improvisation series streamed on Facebook, YouTube and Whereby, offering spectators a way to participate in the shows similar to how they could participate in live improv.<sup>7</sup> In May–June, Kilden teater og konserthus (Kilden Theatre and Concert House) moved the street

---

3 August 2020.

4 Horn 2020.

5 Vårscenefest 2020.

6 Intakt 2020; Næss 2020.

7 Det Andre Teatret 2020.

performance *Culpa!* written by Taro Vestøl Cooper and directed by Mine Nilay Yalcin to the theatre stage and streamed it live on YouTube.<sup>8</sup> By using a 360-degree camera and integrating interactive strategies, *Culpa!* received extensive media attention and was deemed by critics to suggest the contours of a new type of theatre experience to come.<sup>9</sup> These are just some examples of initiatives emerging from the professional theatre scene in Norway during the pandemic's first months.

For this article, we have chosen to focus on one exemplary case, *Culpa!*, because of how it used and combined different interactive strategies that connect with the digital performance tradition (which started long before the pandemic and is independent of it). By analysing *Culpa!* as part of this tradition, we will show that it used interactive strategies common in the history of digital performance, only now in a new context and perhaps in new ways. We argue that *Culpa!* represents innovation in the current field of digital performance as well as continuation of established traditions in it.

Our method is performance analysis with the theatrical event as focal point.<sup>10</sup> We are inspired by Michael Eigtved, who proposes that performance analysis must depart from one's personal experience of the performance and its context.<sup>11</sup> The analysis is limited to aspects related to the digital strategies of the performance and how they created meaning and audience engagement. *Culpa!* was shown twice as a publicly accessible live stream and then toured eight times, as a live stream for secondary schools only with Den kulturelle skolesekken (The Cultural Schoolbag). The material we analysed is the live-streamed performance for a general public on 6 June 2020, a video recorded version Kilden provided to us, and the performance's manuscript. We also include insights provided by the director Mine

---

8 Cooper & Nilay Yalcin 2020.

9 Berg 2020b; Erichsen 2020a, 2020b; Grimstad 2020; Ribe 2020.

10 Sauter 2008: 4–14.

11 Eigtved 2007.

Nilay Yalcin in an interview on 9 March 2021. Finally, we examined mass media materials about the performance, such as online debates, interviews, radio programmes and newspaper reviews.

What constitutes theatre today? What elements must exist for a performance to be considered theatre and not something else – a film, a game, an app? We address the ways in which digital media challenge the common understanding of the established positions of actor and spectator, giving insight to what is gained and what is lost, as artists use «the tools of our time».<sup>12</sup>

We start by presenting the common notion of theatre, performance and theatrical event as consisting of four vectors: the performer (you), the spectator (me), shared space (here) and same time (now). We then show how these positions have been challenged and discussed historically, using theoretical sources from the emerging field of digital performance. Through a thematic analysis and an examination of its interactive functions, we argue that *Culpa!* is an example of *media-turgy*, because it uses strategies to interrogate media and create a performance with a new kind of estrangement effect, a performance that employs interactive technology while simultaneously criticizing it. Combining digital strategies to create audience engagement, *Culpa!* promotes an active spectator position and simultaneously creates a sense of togetherness.

## Theoretical framework

In 1965 theatre critic and scholar Eric Bentley famously stated that «the theatrical situation, reduced to a minimum, is that A impersonates B while C looks on».<sup>13</sup> He asserts that the co-presence of actors and spectators engaging in a fictional representation constitutes theatre.

---

12 Jackson & Weems 2015: 2.

13 Bentley 1965: 150.

German theatre scholar Erika Fischer-Lichte defined performance as «the bodily co-presence of actors and spectators generating a self-referential and ever-changing feedback loop».<sup>14</sup> Created to describe a particular kind of performance arts practice from the 1970s, Fischer-Lichte's definition emphasizes the liveness of theatre as an intimate co-presence of here and now with lesser or no emphasis on representation. This definition is in line with Wilmar Sauter's definition of the theatrical event as «the interaction between performer(s) and spectator(s), during a given time, in a specific place, and under certain circumstances».<sup>15</sup> Sauter's definition aims, however, to expand the understanding of theatre from an intimate exchange between actors and spectators to encompass the heterogeneous circumstances under which the event takes place, and it introduces concepts such as *eventness* and *playing culture*. Bentley's, Fischer-Lichte's, and Sauter's definitions of theatre differ slightly. They emphasize different things: Bentley emphasizes the as-if of theatre, Fischer-Lichte emphasizes the quality of presence, and Sauter emphasizes the event's situated circumstances. Theatre scholar Christopher Balme sums up these differences in his definition that brings performers and spectators together under the same umbrella. He defines theatre as «performers and spectators exchanging libidinal energies in a *communitas* of the here and the now».<sup>16</sup> When we put these four definitions together and compare them, we see that they all agree on the four vectors: the performer, the spectator, shared space and same time. In other words, whether the definitions speak about theatre, performance, or event, theatre is something that happens between you and me, here and now.

---

14 Fischer-Lichte 2008: 38.

15 Sauter: 2008: 20.

16 Balme 2014: 174.

## Challenging the four vectors of theatre: you, me, here, and now

We build our theoretical framework from an overview of the current field of digital performance. The current field enhances new practices along with new ways of thinking around what theatre and performance may be now and in the future. This field of arts' practice evolved during the 1960s and 1970s, with historical roots in the theatre and technology experiments of the late nineteenth and early twentieth centuries. As a field of scholarly research, it has risen internationally since the 1990s, producing new insights that try to come to terms with a vast landscape of digital performative practices that proliferate as rapidly as new technologies appear and disappear. The body of literature produced is vast and varied. It aims to come to terms with wildly different practices that use different technologies, and simultaneously aims to understand them as parts of the same overarching field. Concepts such as digital performance, intermedial theatre, virtual theatre, mixed reality, telematic performance, multimedia performance, pervasive theatre, and new media theatre and performance are attempts at theorizing these practices.<sup>17</sup>

The field of digital performance might seem hard to classify, but there is a growing consensus that theatrical performances are possible even if some vectors deemed essential are missing. This is because one can devise media strategies to cover, figuratively speaking, for the missing vectors. Regarding theatre during the pandemic, it became particularly important to find ways to bridge the spatial distance between actors and spectators since they were not allowed to meet, and to create a sense of liveness even if physical proximity was impossible. It became necessary to watch theatre without being in the same physical space as the performers and therefore crucial for practitioners

---

17 Dixon 2007; Chapple & Kattenbelt 2006; Crossley 2019; Giannachi 2004; Benford & Giannachi 2011; Kozel 2007; Ascott & Shanken 2003; Klich & Scheer 2012; Pérez 2016; Eckershall mfl. 2017.

and scholars alike to understand what kind of digital strategies can be used to negotiate audience relationship and still understand the event as theatre and not as a film or other kind of product.

American performance and music theorist Philip Auslander was the first to examine how using digital media – specifically in musical performance – has changed the understanding of *liveness*.<sup>18</sup> The concept of liveness is used to describe an experience in the moment, something that happens when there is physical co-presence of performers and audience, and temporal simultaneity of production and reception.<sup>19</sup> Auslander claims that liveness can be created even though the performer may only be digitally mediated (for instance, projected onto a screen onstage), rather than physically present because, in his view, every element of performance is always already mediated. Auslander argues that the perceived opposition between live and digitally mediated performance is a cultural construct because any live performance is already mediated in ways, we have become accustomed to and forgotten about. An example is the use of microphones in live performance, and the now common practice to augment actors' voices, without threatening the performance's liveness.<sup>20</sup> So, projecting actors' images onstage and augmenting their voices are two of the many ways in which live performers can be substituted through a combination of media.

German theatre scholar Christopher Balme argues that there can be theatrical performance without live spectators because the audience can engage with the work in a distributed manner.<sup>21</sup> Balme examines the audience's changing role in the internet age. He studies hybrid theatre forms that mix audiences at physical sites, where there are performative actions on online platforms, with audiences of online users. He has conceptualized this kind of work as «distributed

---

18 Auslander 2008.

19 Auslander 2008: 61.

20 Auslander 2008.

21 Balme 2014.

theatrical aesthetics», as theatre that connects multiple and distributed locations thanks to broadcasting media and internet platforms.<sup>22</sup>

Seeing the potential that the internet brings to theatre, Balme advocates expanding the concept of audience to incorporate new ways of engagement with a theatrical performance that do not imply physical co-presence. He suggests that we should think of the audience as a community of users both online and offline,<sup>23</sup> and that it might not be necessary to have an onsite audience if one can offer different forms of spectatorship through interactivity. An example of such interactivity in a Norwegian context would be the improvisation shows created by Det Andre Teatret during the spring of 2020 for online spectators only, who could choose between just watching the show on YouTube or participating in it by connecting to a video chat.<sup>24</sup>

Sharing time and space in a theatre performance depends more on action than on bodily presence, according to scholars Gabrielle Giannachi and Katherine Hayles. Giannachi explains that in online environments it is rare to experience moments of synchronous co-presence between actors and spectators. It is more common for spectators to find themselves alone in the online platform, having to explore the qualities and significance of the online environments on their own, without a performer's guidance. She suggests that it is the spectator's possibility to choose or *do* that matters, and not physical co-presence. This argument has also been made by Katherine Hayles discussing so-called *telematic performance*. She emphasizes the environment's capacity to respond to spectators' actions and argues that it is the possibility for the spectator to carry out an action, supported by the online environment, that creates a sense of togetherness rather than physical proximity in space and time.<sup>25</sup>

---

22 Balme 2014: 174.

23 Balme 2014: 177.

24 Hagen 2021.

25 Hayles 2007.



## Interactivity

In 1962, Marshall McLuhan introduced the idea that «interfaces mean interaction».<sup>26</sup> Since then, numerous definitions of interactivity that use interfaces have been developed by academics and artists working in different fields to describe the mode of communication between a user and a system. Independently from interfaces and technological devices, theatre has its own history of interactivity with a focus on the dynamic relationship between actors and spectators. Interactive theatre practices encompass the Futurist experiments in the early twentieth century, inviting their audiences into participation in their *Serate Futuriste*, and the American experiments of the 1960s with the Happening and Fluxus movements. Strategies for activating theatre audiences have equally been an essential part of the rise of improvisational and educational theatre, and, more recently, the so-called participatory turn.<sup>27</sup> These all represent milestones in the history of theatre that challenge the relationship between actor and spectator, suggesting that boundaries between performers and spectators are malleable and reversible. Equally, the ideas of audience agency and non-hierarchical ways of audience participation have been aspects of the development of theatre history during the twentieth and well into the twenty-first century, with and without technology.

For our case study, we found Steve Dixon's four categories of interactivity useful: navigation, participation, conversation, and collaboration.<sup>28</sup> These categories are relevant because they help us understand the variety of interactive strategies at work in *Culpa!* and how they are combined. They highlight the potential for a myriad of interactive strategies within one particular performance. Navigation refers to the «simplest» form of interactivity whereby audiences use remote

---

26 McLuhan in Dixon 2007: 560.

27 Berg 2020a; Berghaus 2005a, 2005b.

28 Dixon 2007: 563–598.

controls, telephones, or computers to steer direction in a space,<sup>29</sup> while participation is a form of interaction whereby the audience is asked to join in, making decisions such as voting.<sup>30</sup> Dixon argues that these two forms of interactivity can offer the spectator an energetic sense of engagement, even if there may be little impact on the narrative action of the performance, which stays more or less fixed, unaffected by the spectator's actions.<sup>31</sup> The third form of interactivity, conversation, requires a form of dialogue with or through an artwork – «a dialogue that is reciprocated and subject to real interchange and exchange».<sup>32</sup> Finally, through collaboration, the audience can alter the work significantly, becoming a co-author of the performance. For Dixon, play is an important element of interactivity, but instead of defining it as a fifth category, he understands interaction as playful in different ways and intensities across the four forms.

## ***Culpa!*: presentation of the case study**

*Culpa!* is a play written by slam poet Taro Vestøl Cooper based on an idea from stage director Mine Nilay Yalcin.<sup>33</sup> With Norwegian writer Jens Bjørneboe's (1920–1976) poem «Mea Maxima Culpa» from 1976 as a starting point, Vestøl Cooper and Nilay Yalcin developed the play text through workshops with young people from Kristiansand and surrounding areas. Bjørneboe was born and raised in Kristiansand. The performance was one of Kilden's contributions to the Bjørneboe centennial in 2020. Bjørneboe's poem addresses themes such as guilt, indignation, and how to cope with living in a hard-hearted world full of denial, injustice, and pain. Nilay Yalcin and Vestøl Cooper's version

---

29 Dixon 2007: 566.

30 Dixon 2007: 579.

31 Dixon 2007: 581.

32 Dixon 2007: 584.

33 Full title in Norwegian: *Culpa! i unntakstilstand*.

adds new levels of meaning by connecting Bjørneboe's poem to the pervasiveness of social media in everyday life and consumer society.<sup>34</sup> *Culpa!* touches on topics such as the climate crisis, isolation, the tyranny of beauty, racism, and displacement. It interrogates whether social media can create meaningful engagement around serious issues and complex challenges of society. The performance questions and explores whether it is possible at all for social media to be more than a site for superficial exchange and consumerism.

*Culpa!* was originally planned as an outdoor street theatre performance for young audiences. The idea was to address the youth directly in places they normally inhabit: the schoolyard, the youth club, the parks, and neighbourhoods where they hang out.<sup>35</sup> Due to the pandemic, the staging was moved from the street to an online platform. It went from being a site-specific, outdoor performance to a digital theatre performance, streamed on YouTube, and lasting only twenty minutes.

The performance took place in an empty black box with four actors moving around a 360-degree camera placed in the middle of the box. The camera's eye was at the same height as the actors' eyes – so that they could address the camera as if it were a person. The 360-degree camera captured everything in the black box where it was located. The audience could attend from anywhere with their smart phones, tablets, or computers, or using VR glasses to get a three-dimensional effect. They could use the controls of their devices to navigate the performance space and decide where to locate themselves digitally and where to look from. An online chat function provided an opportunity for those who wished to make comments during the performance, even if they could not be answered by the actors, who were busy performing. Shortly after the performance, the actors took an iPad each, located themselves in front of the camera, and responded live to the comments

---

34 Cooper & Nilay Yalcin 2020.

35 Kilden teater og konserthus 2020a.



➤ Picture 1 The performance *Culpa!* was filmed with a 360-degree camera placed in the middle of the black box with actors moving around it.

that had been posted in the chat and that continued to be posted during this post-performance event.

This alternative way of staging the play – in a black box without a physical audience and streamed online and recorded – was integrated in the overall artistic concept. Even though it was initially used as an emergency solution – hence the extended title from *Culpa!* to *Culpa! I unntakstilstand!* (*Culpa! In a State of Emergency*) – the ensemble had sufficient time and resources to work with the new concept, creating a different performance than originally planned.<sup>36</sup>

---

36 Kilden teater og konserthus 2020a.

## Thematic analysis

As mentioned, *Culpa!* touches on themes such as the climate crisis, isolation, the tyranny of beauty, racism, and displacement. Each of these themes is brought forward by an actor in the form of a monologue delivered to the camera. We will not discuss each of these themes separately but will instead focus on the overarching theme of the pervasiveness of social media in everyday life and consumer society. As we see it, *Culpa!* interrogates social media while laying bare strategies used by social media to suppress or silence public discussions of these themes.

One main theme refers to how social media may lead users to feel overstimulated. To explore this kind of overwhelming experience, *Culpa!* creates a fast-paced rhythm overloaded with disruptions and distractions. Performers seemingly compete to gain our attention as spectators. The performance, as we analyse it, critiques how our society today is dominated by market politics and consumerism, and how this dominance is reflected and augmented online.

The performance starts at a brisk pace. Actors agitatedly address the camera, speaking in sharp rhythms and phrasings, much like a musical score mixing rap, slam poetry, and spoken words. The four actors' movements are also sharp and fast paced. The choreography thereby mirrors the text, resulting in a vigorous acting style typical of contemporary physical theatre practices. On the script's first page, Vestøl Cooper writes that the text is to be spoken fast and rhythmically – increasing in tempo and volume – with contrasts between silence and explosion in the presentation. He continues, « [t]he performance moves forward like a *locomotive* – does not stop until the end».<sup>37</sup> The stage direction conveys this notion of a forceful machinery by juxtaposing the serious messages that the actors are trying to convey and the distractions of the commercials and social media signs. The director,

---

37 Cooper 2020: 1. Our translation and emphasis.

Nilay Yalcin, confirms it was part of the artistic intention «to create an atmosphere where the actors are trying desperately to express themselves while drowning in a jungle of emojis and likes». <sup>38</sup> The actors are interrupting each other. For instance, at one point an actor speaks vehemently about the need for equality and says, «Vi er alle like» – «We are all equal». Then another actor steals his words and screams, «like, like, like», shifting the serious context to a superficial one with this frivolous response.

Another way the actors interrupt each other is by reading aloud texts from commercials of yoga retreats or resorts with appeals for relaxation and mindfulness. These commercials snub – though in a «soothing» way – the actors' efforts to express themselves and to argue for what they believe in by telling them and the spectators – literally – to relax by buying and consuming. The commercial interruptions stop the flow of what the actors are trying to communicate, reminding us of real life today, also dominated by zapping, scrolling, and trying to keep up with multiple stories simultaneously. With this reminder, *Culpa!* reinforces the connection between media's rhythm of overload and market politics and consumerism. The actors are constantly hindered as characters in their attempts to communicate with the audience. Serious issues drown amongst ludic and commercial ones, as if being pushed away by a marketing system that invades the space, thereby taking that space away from the actors and what they are trying to communicate. As we understand it, *Culpa!* conveys a commentary on current reality dominated, in many parts of the world, by an overload of social media and online activity. It is not that social media has become all white noise, random talk without meaningful content, but rather that it has become a system that excludes voices not aligned with consumerism. <sup>39</sup> Themes critical of consumer society are thus silenced and swiped away.

---

38 Kilden teater og konserthus 2020b.

39 Delillo: 1985.



➤ **Picture 2** An actor addressing the camera while performing a monologue addressing the refugee crisis. The image shows the audience perspective through the camera.

The next theme that emerges from the staging of the performance is how social media leads to volatility and a struggle for attention. This theme emerges in the way the swipe is used as metaphor and performance strategy. The performers alternate between two actions – one of trying to express oneself and be heard, and the other of trying to deal with constantly being pushed away. The alternation between these actions is signalled through a cue, «swipe», that is uttered by the actor interrupting. One of the current definitions of the verb «to swipe» by *Oxford Learner's Dictionaries* is «to move your finger quickly across the screen of an electronic device such as a mobile phone or small computer to move text, pictures, etc. or give commands».<sup>40</sup> In the context

---

40 Swipe u.å.

of *Culpa!*, the swipe becomes a metaphor for how context and people are left behind, made redundant and swiped away. While one actor is talking to the camera, another in the background says, «Swipe». This is the cue for all four actors to react by making a short, choreographed movement sequence that serves as a transitional moment where they all rotate clockwise around the camera and to the background, and crouch with their eyes looking towards the floor. Then, a new actor steps to the front and starts her monologue, speaking right to the camera's eye, and so she continues until she is interrupted again by a swipe cue and must rotate to the background and crouch. In this way, the swipe is also staged intentionally as a strategy, used consistently throughout the performance to send the actors to the background and again to the foreground. In some cases, we see facial expressions of disappointment and desperation by the actors when they are swiped away, which makes visible how hurtful it may be to lose the opportunity to speak up and be heard. The performance conveys that the swipe action affects real human beings. It is a mechanical gesture with emotional consequences for people. Thereby, *Culpa!* transmits some of the complexity of its own staging – partly brutally efficient and partly sensitive to normal human responses. The performance therefore stands out as a commentary on how it has become normal for people to scroll down on their mobile phones as an almost pastime activity, and swipe from post to post without being fully attentive to and aware of the content. In *Culpa!* the swipe becomes a metaphor for this kind of recognisable form of volatile attention that echoes contemporary rhythms brought about by the internet and social media.

## **Interactivity I: embedding themes into the navigation function and streaming platform**

The themes we discussed above, such as overstimulation, volatility and the struggle for attention, are emphasized in the performance through



the dramaturgy, choreography, and spoken words. Furthermore, they are also embedded in the navigation function. That is, the themes are echoed in the way the spectator uses the controls to watch the performance.

As a spectator on any device, one must use controls to navigate the performance space. When watching *Culpa!* on a computer, one must move the mouse to navigate the screen. When watching on a touch screen phone or tablet, one can navigate by moving one's fingers on the screen. Spectators must continuously use the controls to change angles and reposition themselves on the screen. The actors move and change places at a fast pace, forcing spectators also to reposition themselves digitally to be able to see the actor and listen to what she is saying. Because this repositioning happens quite often, the swipe creates a pattern where it is difficult for spectators to orient themselves in the black box where the performance occurs. One must move the controls to find a place of calmness where it is possible to watch and listen from, while simultaneously having to deal with distractions that make concentrating difficult. The actor, on the other hand, is trying to perform and speak up, but is also being interrupted, so she is forced to constantly reposition herself physically while simultaneously trying to stay calm to deliver her message. Thus, the spectators' and actors' situations of overstimulation simulate and mirror each other. Both spectators and actors are «trapped» in a dynamic machinery they cannot fully control.

The mirroring of the performance's theme of overstimulation in the interactive strategy of navigation contributes to create a stressful atmosphere because the theme is so effectively embedded in it. This way of embedding the theme in the interactive strategy resonates with the term *mediaturgy*, introduced by Marianne Weems, artistic director of the American theatre company The Builders Association. She uses *mediaturgy* to describe their working method, which consists of an interweaving of design and dramaturgy. In each production,

media design is both the material and the metaphor.<sup>41</sup> *Culpa!* echoes the concept of mediaturgy by using social media as both tool and topic. Shannon Jackson argues that it has become characteristic of The Builders Association's work to stage media while simultaneously interrogating it.<sup>42</sup> *Culpa!* does something similar in that it uses the very same media it is criticizing. Spectators must swipe on the phone/tablet screen to change location, while the swiping is heavily exposed on stage. The choice of streaming platform also follows the logic of inviting spectators to use the same tools being interrogated onstage. *Culpa!* was streamed on YouTube, an online platform known for embedding commercials in content. *Culpa!* appropriates this strategy of intertwining advertising and regular content, creating a potential ambivalence for spectators when reflecting on their own relationship with these kinds of media and calculating schemes. By exposing YouTube's strategy, the performance invites spectators to reflect critically about their participation and use of the platform.

Using media while simultaneously interrogating it has become a common strategy in contemporary art works at the intersection of art and technology. Shannon Jackson argues that using this strategy in, for example, the work of The Builders Association, connects to a history of theatre that has been concerned with the role of theatre in its social and political contexts. She suggests that «Bertolt Brecht exhorted theatre makers to critique the political apparatus of society by deploying techniques that exposed the apparatus of theatre itself».<sup>43</sup> By attempting to make their own technological dependency visible, Jackson argues that «The Builders Association connects to Brecht's exhortation for a different contemporary moment of history».<sup>44</sup> The Builders Association and *Culpa!* have found similar ways to maintain a

---

41 Jackson & Weems 2015: 384.

42 Jackson & Weems, 2015: xiii.

43 Jackson & Weems 2015: 9.

44 Jackson & Weems 2015: 9.

critical distance from media by making technological dependency visible and available for critique. The crucial difference is that *Culpa!* does so by implementing interactive strategies. The result is that spectators are invited to use the very same media tactics that are simultaneously being interrogated onstage. In this way, the performance points to the spectators' participation in and responsibility for creating this social media mess we find ourselves in. They (we) are part of it – literally – it is in their (our) hands.

Using digital interactive tools to make technological dependence visible is a new type of estrangement effect that actualizes Brechtian aims of achieving critical distance and political awareness within theatre. Dixon claims that the navigation function can achieve a productive engagement in the spectator, even if navigation is the form of interactivity where users have the least creative freedom.<sup>45</sup> As we have seen, *Culpa!* proves this point and takes it further by embedding the performance theme directly into how the interactivity and audience relationship are set up. By extension, the performance offers an innovative exploration of interactive navigation for theatre and performance practices, by demonstrating its potential as a reflective and critical tool when used with artistic intention, as here.

## Interactivity II: creating forms for conversation and collaboration through the chat

In this section we will discuss the chat function, what kind of interactivity it creates and how it connects to the performance theme. Steve Dixon's third category of interactivity is conversation, which he defines as a form of dialogue with or through an artwork between the participants.<sup>46</sup> In *Culpa!*, the organizers set up a chat room in the YouTube

---

45 Dixon 2007: 566.

46 Dixon 2007: 584.

stream for the audience to communicate with the actors. The chat was the only way to establish direct contact between actors and spectators. Even though it was primarily used after the performance was over, we see the chat room as an integral part of the performance and not just an extra feature because of how it was the only way to make direct contact in synchronous time.

During the live performance of *Culpa!* the chat was set up for spectators to leave comments about and reactions to actions happening on stage, as a one-way feedback feature. Spectators wrote a variety of messages, ranging from comments, cheers, likes, and thumbs up that the actors could not see, since they did not have a screen to view these messages while performing. Once the live performance was over, actors informed the audience they would leave the room to pick up an iPad each, return to the black box with it and in front of the camera, would read and respond to comments by improvising live to the camera. Typical comments from spectators were questions about the different actors' backgrounds, both cultural and professional, questions about the process and questions about the technology and how it worked. This form of conversation is an unusual way of making communication work in theatre. It is however also symptomatic for this particular time in history with COVID-19, where speakers and the general public were and still are, in 2022, becoming increasingly used to answering questions posed in the chat function during Zoom meetings.

The use of the chat function in *Culpa!* echoes the social, informal exchange that sometimes takes place in the theatre's foyer after a performance. In general, the post-performance exchanges on the chat can be understood as simple forms of interactive conversation, while audience responses during the performance (in the form of comments, cheer ups, etc.) can better be understood as a form of interactive participation. During the performances of *Culpa!* in real time, spectators could join in by posting comments and emojis and thereby their participation was also visible for the other spectators. In this way, *Culpa!* is truly an example of distributed theatrical aesthetics, a hybrid

performance where actors are gathered in a physical theatre and spectators are participating online and can communicate through the chat function, set up to allow space for different interactive possibilities.<sup>47</sup>

## Digital heckling

According to the director of *Culpa!*, Nilay Yalcin, most of the comments and conversations in the chat were positive and full of encouragement for the actors and production team. However, some comments were rude and counterproductive. Sometimes they were critical of the performance's content and form. Examples of hate speech directed to the actor with darker skin and a different cultural background occurred. After a few performances, a moderator was introduced to re-direct the conversation in case it went awry and to stop harassment by deleting hurtful comments. This action, which limited spectators' possibility to express themselves, made them find other ways to express their criticism of the show. For example, some spectators discovered that YouTube has created a procedure that allows users to report or flag context they find inappropriate.<sup>48</sup> The process consists of clicking on the three-dot menu icon, and then on «Report» below the player of the video that one wants to report and selecting the reason that best fits the violation in the video. Reports are anonymous, so other users cannot tell who made the report. According to information published on the YouTube platform, reported videos are reviewed by their staff – a combination of human reviewers and machine-learning algorithms – who decide whether the video will be removed.<sup>49</sup> In the case of *Culpa!*, one or several spectators reported the performance in such a manner that the streaming was stopped in the middle of the performance on

---

47 Balme 2014: 174–202.

48 YouTube 2022a.

49 YouTube 2022b.

two occasions. The consequence of the reporting, together with hate speech, weighed heavily on the crew, and after the eighth performance, it was decided to close the chat function completely to ensure the safety of the actors.<sup>50</sup>

This kind of inappropriate online behaviour is perhaps related to the anonymity that social media allows, where one can interact anonymously or from behind a fake profile without having to respect social conventions, because there are no consequences for these actions. In digital performance, mischievous audience inputs in the chat have unfortunately happened before, and the anonymity that the chat allows has been pointed out as an important factor leading to this behaviour.<sup>51</sup> By setting up the chat as an interactive strategy, the production team had similar experiences to those many actors have had to deal with when inviting audiences to interact. Dixon suggests that this kind of behaviour may happen because «[t]he normal hierarchy privileging the actors over the audience is no longer apparent, and it is in many ways reversed and power and status relations are renegotiated».<sup>52</sup>

Nilay Yalcin explains that the hate speech, even if extremely difficult to tackle by the crew, was an indication that the performance was touching the right nerves.<sup>53</sup> Because one of the monologues in *Culpa!* is about racism, the hate speech could be understood as a response to the performance's take on racism. Concerning interactivity, the hate speech can be understood as a form of conversation, where there is an exchange between participants, even if we see it as an unfortunate conversation. We can even argue that the hate speech and what it provoked – the inclusion of a moderator, the shutting down of the performance twice by some spectators, and finally the closing of the

---

50 Source: Mine Nilay Yalcin, interview, oral communication, March 9, 2021.

51 See the case of the *Chameleons 3. Net Congestion*, by Steve Dixon, and *The Ethno-Cyberpunk Trading Post & Curio Shop on the Electronic Frontier*, by Guillermo Gómez-Peña and Roberto Sifuentes, in Dixon 2007: 502–510.

52 Dixon 2007: 508.

53 Source: Mine Nilay Yalcin, interview, oral communication, March 9, 2021.

chat – can be understood as a form of collaboration in line with Dixon’s definition.<sup>54</sup>

The decision to close the chat can also be seen through the lens of the concept of mediaturgy, where media is both a tool and a topic. The chat function and the anonymity it allows led to harassment and toxic communication, which were also themes addressed critically in the performance. Though the harassment and toxic communication served a negative purpose and constituted a negative experience for the actors, there might be ways of turning things around so that the chat can be a site for constructive exchanges between actors and spectators. Nilay Yalcin told us she would like to address interaction in the chat next time she works with a digital theatre project. Perhaps a place to start would be by looking into so-called heckling in live theatre and performance, well known from, for example, stand-up comedy, and how it is addressed in these contexts.<sup>55</sup> Heckling refers to interruptions by spectators, often with loud voices that in an unwanted way draw attention away from what performers do onstage. To avoid these kinds of interruptions, performers must have clear strategies for how to establish and maintain a good connection with the audience. Comedians and performers used to interact with spectators, be they children, youths, or adults, must learn to deal with potentially negative attempts to interfere with their act and must learn to use audience responses to serve the show as best they can. In the case of *Culpa!* the hate speech surprised the actors and made them uncomfortable. In the future, it will be interesting to know what Nilay Yalcin and other artists learn about dealing with «chat heckling» in digital performance and theatre. We think that the ways live heckling can be stopped, turned around and even integrated skilfully into a live performance can be used in digital theatre, too. It seems that the abrupt challenge of COVID-19 for theatre artists and companies worldwide has revealed and accelerated the

---

54 Dixon 2007: 584.

55 Kadar & Robinson 2016.

need for developing further interactive strategies for digital theatre and performance.

## The new you, me, here and now

In this last section, we reconnect our analysis to its theoretical frame, namely how the four vectors of theatre – you, me, here, and now – are challenged and reconfigured by using digital media. We look particularly at how using digital interactive strategies in *Culpa!* created a sense of togetherness. The impossibility of establishing a shared space (here) forced a distance between actors and spectators not only in *Culpa!* but also in most performances during the pandemic. The lack of the vector here destabilizes the other vectors to different degrees. The new here becomes the online platform, and for this new space to be activated as theatre and not as filmed theatre, spectators must be able to carry out action(s) that are supported by the environment, as Giannachi and Hayles have suggested. The actions spectators were able to carry out in *Culpa!* were a combination of interactive strategies in the navigation and chat functions that afforded navigation, participation, conversation and collaboration. It is the online environment's capacity to support interactivity that generates a sense of togetherness for spectators, even if they are watching and responding to the performance at different times.

The vector now (same time) was important for *Culpa!*, since spectators had to actually make the performance happen in real time by their interactive navigation. As mentioned early in the article, *Culpa!* was made publicly available only as live streaming along with several digital theatre productions created during the first wave of COVID-19, such as Rogaland Teater's *Scener Fra et Ekteskap* and Det Andre Teatret's improvisation performances. Though a few performances still exist as recorded video and can be replayed, such as Haugesund Teater's *Blindness* or the interactive performances created under Tromsø



Vårskjermfest, we see an intention of providing a sense of synchronicity, of shared time, at least for the premiere. For Giannachi and Hayles, the vectors of here and now, shared space and shared time, go together, and spectators can be dispersed in an online environment both in time and in space if there is interactivity.

*Culpa!* worked to achieve a shared time by setting up the chat room for actors and spectators to communicate live after the performance. During the performance, spectators could post chats that were visible to other spectators, and after the performance, they could continue posting, and those posts were also visible to the actors. All the exchanges in the chat were important for different reasons. They supported a sense of synchronous togetherness amongst spectators, because they could see each other's comments live and respond to them. The chat also created a sense of synchronous togetherness between actors and spectators, since they knew they would be able to communicate shortly after the performance concluded. But still, the main tool for creating here and now was due to the direct interaction and to the necessity to interact with a device to actually make the performance happen.

In digital theatre and with interactivity, the positions of actor and spectator, you and me, are challenged and reconfigured. In *Culpa!* the interactive strategies invited spectators into an active role as navigators with continuous choices that would alter their experience of the performance they were watching. Further, even if activating the chat function led to a difficult situation, the chatting highlighted the reality of theatre as communication in real time and the risks it entails. Both Auslander and Balme suggest that when digital strategies are used, it often happens that the actor and spectator roles change. For Auslander, the actor may even leave the stage entirely, while for Balme, the spectator often takes a more active role. In *Culpa!* the conventional theatre hierarchy privileging the actors over the audience was intentionally renegotiated by using interactive strategies. In this kind of digital theatre, new power relations are negotiated and played out, not

only between the audience and performers, but also, as we have seen, between participants in the chat room.

The perspective of the actor (you) has also been challenged by the pandemic. For actors, the absence of a live audience has had an obvious impact because it is imbricated in their craft to perform *for* someone present. With the pandemic, a lot of theatre, opera, dance, and concerts were moved to online platforms without any physical audience present, except colleagues and the production team, as was the case with *Culpa!*. The awareness that the audience is online or will be seeing a recorded version of the performance has been a new experience for most artists and companies performing live. It is a different experience for actors to «play for nobody» or for an almost empty auditorium, compared with playing for a packed house. Nilay Yalcin explains that for the actors of *Culpa!* it was unfamiliar to perform in front of a camera located in an empty room, and that they had anticlimactic experiences in which they missed the warmth of the audience.<sup>56</sup> During live streaming, the actors knew that the audience was watching through the camera. A blinking green light confirmed that someone was watching. So, they were playing for nobody – in that there was no body present, but they were not playing for no one, since they knew spectators were watching via the camera. Thanks to the chat function, actors and spectators could meet, something that relieved the feeling of performing for nobody. However, once the chat function was closed, a feeling of emptiness took over for the performing crew, because each performance felt the same time after time, since they experienced that, with no audience present, there was no way of setting them apart.<sup>57</sup> This feeling is not surprising and is perhaps only an acknowledgement of the craft of acting. Eccentric experiments have been conducted to help actors feel bodily co-presence, including with non-human actors, such as Liceu Opera Barcelona,

---

56 Source: Mine Nilay Yalcin, interview, oral communication, March 9, 2021; Bruun mfl. 2020.

57 Source: Mine Nilay Yalcin, interview, oral communication, March 9 2021.

which opened the season with a concert for plants, an idea replicated in other venues in the world.<sup>58</sup> New ways of organizing auditoriums have emerged to give a sense of a fuller room, such as Trøndelag Teater's use of comfy chairs and cosy lighting for an audience of ten.<sup>59</sup>

Finally, the perspective of the spectator (me) has also been reinvented. An interesting trend, due to COVID-19 restrictions, has been how alternative forms of being together as a live audience have emerged. For example, when we watched the recorded version of *Culpa!* with a group of students, we organized an online event in real time. We began at 19:00, the normal start time for theatrical performances. Before the viewing, we met in an online platform to discuss our expectations, similar to mingling physically in a theatre's foyer. We then shared the video link in the chat, and everybody pressed play simultaneously. Twenty minutes after the performance, we met again and discussed our experience and impressions of the performance. By thus creating an event in real time, we co-created a communal sense of liveness. Everybody was aware, of course, that the performers were recorded, but we would still argue that this shared experience created a sense of togetherness amongst us as spectators.

## Conclusion

*Culpa!* provided a digital theatre experience for spectators in which they could interact through familiar ways of relating to their devices, be they phones, tablets or computers. By employing these digital devices creatively and connecting their common use to the themes of the performance, *Culpa!* was able to show the ambivalence and complexity that we have framed as mediaturgy. In our view, *Culpa!* therefore represents an interesting case of digital theatre because it not only

---

58 Urra 2020.

59 Trøndelag Teater 2021.

uses digital strategies as a means for conveying meaning but also puts the way we have become used to communicate through social media under the magnifying glass. Still, *Culpa!* draws on interactive strategies well known to the tradition of digital performance, such as navigation and conversation. The redistribution of the four vectors, you, me, here, and now, is done in an original way, and without a doubt, *Culpa!* comes across as theatre, not as something else, like a film or an online game.

To conclude, *Culpa!* critically exposed the digital media that it was dependent on to exist. The blending of interactive strategies – the navigation function and the chat – generated a sense of togetherness, even if, simultaneously, dilemmas arose. The new perspective of the performers, that of performing for an empty auditorium, opens new potential for exploring interactive ways of connecting with audiences. As for any invitation to interact in theatre, there must be careful planning and testing beforehand. With this in mind, we still argue that *Culpa!* offered interesting interactive strategies to create a sense of togetherness and that these strategies will be part of future explorations. These strategies will also apply for alternative ways of gathering as an audience remotely and simultaneously creating an experience of liveness and a sense of togetherness by other means than by replicating the conventions of live events. Not surprisingly, the forceful consequences of the pandemic made theatre makers and audiences miss and appreciate the conventional theatre experience of physical co-presence in large crowds. Conventional live performances will surely continue to be appreciated and also developed on their own terms, with or without digital theatre strategies. But, as the performance analysis of *Culpa!* reveals, the pandemic has also actualized the international legacy of digital performance practices and theories. It has been important for us to discuss the tradition of digital theatre and shed light on how this international legacy is negotiated and innovated in *Culpa!*. The performance and our analysis of it lay bare some interesting and alternative grounds for emergent digital theatre forms in Norway that we are probably only just seeing the start of.

## References and sources

- Ascott, R. & Shanken, E.A. (2003). *Telematic embrace: Visionary theories of art, technology, and consciousness*. University of California Press.
- August, L. (2020). *En beretning om blindhet av Jose Saramago*. Haugesund Teater. <https://haugesundteater.no/nyheter/alle-episoder-av-ebob>
- Auslander, P. (2008). *Liveness: Performance in a mediatized culture* (2. utg.). Routledge.
- Balme, C.B. (2014). *The theatrical public sphere*. Cambridge University Press.
- Benford, S. & Giannachi, G. (2011). *Performing mixed reality*. MIT Press.
- Bentley, E. (1965). *The life of the drama*. Methuen.
- Berg, I.T. (2020a). *Negotiating the participatory turn: Audience participation in contemporary theatre and performance* [PhD Thesis]. Norwegian University of Science and Technology.
- Berg, I.T. (2020b, May 15). Teater i lomma [review]. *Morgenbladet*. <https://www.morgenbladet.no/kultur/teater/2020/05/15/teater-i-lomma/>
- Berghaus, G. (2005a). *Avant-garde performance: Live events and electronic technologies*. Palgrave Macmillan.
- Berghaus, G. (2005b). *Theatre, performance, and the historical avant-garde*. Palgrave Macmillan.
- Bruun, E.F., Hansen, M.T. & Osipova, D. (2020). Som vann finner nye veier. *DRAMA – Nordisk dramapedagogisk tidsskrift*, 3(2), 70–73. [http://www.idunn.no/drama/2020/02/som\\_vann\\_finner\\_nye\\_veier](http://www.idunn.no/drama/2020/02/som_vann_finner_nye_veier)
- Chapple, F. & Kattenbelt, C. (2006). *Intermediality in theatre and performance* (3. utg.). Rodopi.
- Cooper, T.V. (2020). *Culpa!* (manuscript). Unpublished.
- Cooper, T.V. & Nilay Yalcin, M. (2020). *Culpa! i unntakstilstand*. Kilden teater og konserthus (Performance). YouTube. <https://kilden.com/forestilling/culpa/>
- Crossley, M. (2019). *Intermedial theatre: Principles and practice*. Palgrave Macmillan.
- Delillo, D. (1985). *White noise*. Penguin Books.

- Det Andre Teatret (2020). *Ja Hallo? – et live innringsshow*. <https://detandreteatret.no/forestillinger/ja-hallo>
- Dixon, S. (2007). *Digital Performance: A History of New Media in Theater, Dance, Performance Art, and Installation*. The MIT Press.
- Eckershall, P., Grehan, H. & Scheer, E. (2017). *New Media Dramaturgy*. Palgrave Macmillan.
- Eigtved, M. (2007). *Forestillingsanalyse: En introduktion*. Samfundslitteratur.
- Erichsen, C. (2020a, May 15). *Ikke for å sees aleine* [interview with Kalle Løchen and Mariken Lauvstad]. Dramatikkforbundet. <https://www.dramatiker.no/aktuelt/ikke-skapt-for-a-sees-aleine>
- Erichsen, C. (2020b, June 6). *Tidens, stedets og handlingens enhet* [review]. Scenekunst. [http://www.scenekunst.no/sak/tidens-stedets-og-handlingens-enhet/?fbclid=IwAR0k0Ns-wLv1N8pd0O9x44k\\_NuEJ4cxpb\\_O6X8TzxYrMMx84uU\\_ePyO3Hjk](http://www.scenekunst.no/sak/tidens-stedets-og-handlingens-enhet/?fbclid=IwAR0k0Ns-wLv1N8pd0O9x44k_NuEJ4cxpb_O6X8TzxYrMMx84uU_ePyO3Hjk)
- Fischer-Lichte, E. (2008). *The Transformative Power of Performance: A New Aesthetics*. Routledge.
- Giannachi, G. (2004). *Virtual Theatres: An introduction*. Routledge.
- Grimstad, A. (2020, May 11). *Gateteater på boks* [review]. *Klassekampen*. <https://klassekampen.no/utgave/2020-05-11/gateteater-pa-boks>
- Hagen, J. (2021). *Interaktivitet og publikumskontakt gjennom digitalt teater* [unpublished bachelor thesis]. Norwegian University of Science and Technology.
- Hayles, K. (2007, April 22). *Being here: Presence/remote presence within live and media-based performance*. Talk presented at the Teleimmersion Laboratory, University of California.
- Horn, K. (2020). *Scener fra et ekteskap av Ingmar Bergman*. Rogaland Teater. <https://www.rogaland-teater.no/program/digital-premiere-scener-fra-et-ekteskap>
- Intakt (2020, May 2). *Eksogen II* [art installation]. Vårskjermfest. <https://varscenefest.org/eksogen-ii/>
- Jackson, S. & Weems, M. (2015). *The Builders Association: Performance and media in contemporary theater*. MIT Press.

- Kadar, D.Z. & Robinson, S.D. (2016). Ritual, aggression, and participatory ambiguity: A case study of heckling. *Journal of Language, Aggression and Conflict*, 4(2), 202–233.
- Kilden teater og konserthus (2020a). *Culpa! i unntakstilstand* [web page]. Kilden Teater. <https://kilden.com/forestilling/culpa/>
- Kilden teater og konserthus (2020b, May 5). *Førsnakk mellom Mine Nilay Yalcin og Valborg Frøysnes* [video]. Vimeo. <https://vimeo.com/kildenkr/sreview/415492788/91ff73d510>
- Klich, R. & Scheer, E. (2012). *Multimedia performance*. Palgrave Macmillan.
- Kozel, S. (2007). *Closer: Performance, technologies, phenomenology*. MIT Press.
- Næss, T. (2020, May 5). *City dwellers 8* [art installation]. Vårskjermfest. <https://varscenefest.org/city-dwellers-8/>
- Pérez, E. (2016). *The impact of digital media on contemporary performance: How digital media challenge theatrical conventions in multimedia theatre, telematic and pervasive performance*. (PhD. thesis). Norwegian University of Science and Technology.
- Ribe, O.P. (2020, May 8). Jeg kunne tatt den vanlige surfturen på nettbrettet mitt. *Norsk Shakespearetidsskrift*. <http://shakespearetidsskrift.no/2020/05/jeg-kunne-tatt-den-vanlige-surfturen-pa-nettbrettet-mitt>
- Sauter, W. (2008). *Eventness: A concept of the theatrical event*. STUTS.
- Swipe (u.å). I *Oxford Learner's Dictionaries*. Hentet 28. juni fra [https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/swipe\\_1](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/swipe_1)
- Trøndelag Teater (2021, February 5). *Slik har du ikke sett Studioscenen*. Trøndelag Teater. <https://www.trondelag-teater.no/nyheter/slik-har-du-ikke-sett-studioscenen>
- Turner, V.W. (1982). *From ritual to theatre: The human seriousness of play*. PAJ Publications.
- Urra, S. (2020, June 23). Barcelona opera house reopens with concerts for 2,292 plants. *El Pais*. [https://english.elpais.com/spanish\\_news/2020-06-23/barcelona-opera-house-reopens-with-a-concert-for-2292-plants.html](https://english.elpais.com/spanish_news/2020-06-23/barcelona-opera-house-reopens-with-a-concert-for-2292-plants.html)

Vårscenefest (2020, May 2). *Vårskjermfestival*. Vårscenefest. <https://varscenefest.org/program-varskjermfest/>

YouTube (2022a, January 20). *Reporting and enforcement*. Google. [https://support.google.com/youtube/topic/2803138?hl=en&ref\\_topic=6151248,3230811,3256124](https://support.google.com/youtube/topic/2803138?hl=en&ref_topic=6151248,3230811,3256124)

YouTube (2022b, January 20). *Rules and policies*. YouTube. <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>



# Spilleestetikk. Om lyd og musikk i dataspill

Lykke Guanio-Uluru

Dataspill er i dag blant de mest utbredte fritidsaktivitetene blant barn og unge i Norge, og mange spiller hver dag.<sup>1</sup> Til tross for at dataspill i kraft av sin utbredelse kan sies å representere et viktig kulturtilbud til barn og unge, er det foreløpig forsket lite på hvordan ungdom beskriver og forstår sine egne spillopplevelser. Dataspill kan regnes som en kulturell uttrykksform preget av en særegen og mediespesifikk formestetikk, på linje med medier og uttrykksformer som film, animasjon og teater. Selv om det etter hvert finnes en del estetisk orientert forskning på dataspill, er denne forskningen relativt lite kjent i norsk sammenheng. Den offentlige diskusjonen om dataspill her i landet har ofte handlet om mulige negative konsekvenser av spilling, mens pedagoger så langt har

---

1 Medietilsynet 2020: 5; Hylland mfl. 2019: 37. Merknad om terminologi: Begrepene *gaming* og *gamer* betyr ulike ting for ulike aktører. I dette prosjektet ønsket jeg å undersøke ungdommers forhold til dataspill på ulike plattformer, uten å ta stilling til hva som kvalifiserer noen spillere eller praksiser til betegnelsene *gamer* eller *gaming*. Ordet *gaming* ble ikke brukt i spørreskjemaet og forekom bare én gang i det innsamlede materialet, der en av respondentene svarte at vedkommende foretrakk håndholdt kontroll, «siden en håndholdt kontroll er nesten bare for gaming».

lagt vekt på hvordan dataspill kan brukes som et faglig verktøy, og vært mindre opptatt av dataspillet som en egen uttrykksform.<sup>2</sup> Det er derfor behov for å utvikle en bredere forståelse av dataspillets formestetikk og et kritisk vokabular som lar oss diskutere kulturformen dataspill også på norsk.

I denne artikkelen forstår jeg spilleestetikk som den sanselige erfaringen dataspillet som form gjør mulig. Jeg drøfter mediespesifikke og estetiske trekk ved dataspill, med vekt på lydens og musikkens rolle, og presenterer og drøfter norske ungdommers beskrivelser av hvordan de opplever lyd og musikk i sine favorittspill. Beskrivelsene er hentet fra en spørreundersøkelse jeg gjennomførte blant elever på niende trinn i desember 2019, hvor elevene ble invitert til å formulere seg skriftlig om egne spillopplevelser. Målet med undersøkelsen som helhet var å bidra til økt forståelse av hvordan ungdommer opplever sin egen spillpraksis. Undersøkelsen viste at nær 70 prosent av ungdommene mente at lyd og musikk på ulike måter påvirket spillopplevelsen positivt. Dette aspektet ved spillopplevelsen fremsto derfor som interessant å drøfte nærmere. Et hjertesukk fra en av elevene idet spørreskjemaene ble samlet inn – «Endelig noen som tar meg på alvor!» –, viser at samtaler om spillopplevelser fyller et reelt behov, som er knyttet til ungdommers selvforståelse.

Perspektivene i denne artikkelen bygger på forskningsfeltet spillstudier – *game studies* – som rommer mange ulike fagtradisjoner og forskningsdisipliner, inkludert litteraturstudier, filmstudier, sosiologi, etnografi, kulturstudier, filosofi, programvareutvikling og psykologi. De ulike fagtradisjonene diskuterer spill og spilling på fagspesifikke og dels divergerende måter og er opptatt av ulike sider ved dataspill, blant annet medieestetikk, spilldesign, kartlegging av ulike spillpraksiser, spill som kulturelle objekter, spillingens filosofiske grunnlag og psykologiske sider ved spilling og spilldesign.<sup>3</sup> I denne artikkelen trekker jeg særlig

---

2 Se landets første lærebok om dataspill, *Spillpedagogikk*, Skaug mfl. 2020.

3 Se Egenfeldt-Nielsen mfl. 2016: 11–12.

veksler på diskusjoner om spilleestetikk (Egenfeldt-Nielsen mfl. 2016; Jørgensen 2012, Sicart 2008; 2013; Tronstad 2012) og mer spesifikt på studier av lydens og musikkens funksjoner i dataspill (Collins 2008; Cohen 2014; Walen 2004).

Jeg innleder artikkelen med en diskusjon av sentrale formtrekk ved dataspill. Den store variasjonen i formuttrykk som vi finner innenfor dataspill, eksemplifiseres her ved de to spillene *Pong* (Atari, 1972) og *Fortnite* (Epic Games, 2017). Etter en kort redegjørelse for debatten om spilleestetikk som pågår innenfor spillstudier, utdypes jeg min egen definisjon av spilleestetikk, før jeg drøfter lydens og musikkens rolle i dataspill mer inngående. Til slutt presenterer jeg resultater fra spørreundersøkelsen og drøfter resultatene i lys av de innledende teoretiske perspektivene.

## Fra *Pong* til *Fortnite*

Dataspill er nå tilgjengelig på ulike tekniske plattformer, fra mobiltelefoner til nettbrett, datamaskiner og dedikerte spillkonsoller. Begrepet *dataspill* rommer alt fra små spill for én spiller som det tar få minutter å spille, til store rollespill for millioner av spillere som kan pågå over mange år.<sup>4</sup> Formvariasjonen, i form av ulike sjangere og formater, er dels et resultat av medieutviklingen. I en tidlig fase hadde dataspill fire sentrale inspirasjonskilder: episk fantasy litteratur, slik den oppsto med J.R.R. Tolkiens *Ringenes Herre* (1954–1955), krigsspill (brettspill) med miniatyrfigurer, tekstbaserte digitale spill og rollespill.<sup>5</sup> Fra disse fire grunnformene har det etter hvert utviklet seg mange ulike spillsjangere, som låner fra grunnformene, og kombinerer dem med formspråk inspirert av andre uttrykksformer, som film og animasjon.

---

4 McGonigal 2012: 20.

5 Yee 2014: 9–12. I sin drøfting av disse fire sentrale inspirasjonskildene legger Yee vekt på MUDES (Multi User Dungeons, eller tekstbaserte nettspill for flere spillere) i kategorien tekstbaserte spill.

Som nevnt er spillstudier et tverrfaglig forskningsfelt, og det har foreløpig ikke etablert seg noen rådende konsens om sjangerinndelingen av spill. Den empiriske undersøkelsen jeg presenterer resultater fra her, ble utformet på grunnlag av en systematisk sjangerinndeling foreslått av spillforskerne Simon Egenfeldt-Nielsen, Jonas Heide Smith og Susana Pajares Tosca. Deres inndeling tar utgangspunkt i hva som er målet med de enkelte spillene, og hva som kreves av spilleren for å nå disse målene, og munner ut i fire hovedsjangere: handlingsspill (*action games*), eventyrspill (*adventure games*), strategispill (*strategy games*) og prosessorienterte spill (*process-oriented games*).<sup>6</sup>

Kategorien *handlingsspill* rommer motorisk krevende spill som fordrer rask øye-til-hånd-koordinasjon. Sjangeren *eventyrspill* ligger tettest på en narrativ tradisjon: Her skal spilleren avdekke en fortelling, ofte gjennom en form for gåteløsning. *Strategispill* befinner seg et sted mellom handlingsspill og eventyrspill og har ofte en krigstematikk, hvor spilleren inntar generalens overordnede perspektiv. Visuelt er strategispillet gjerne utformet som et klassisk brettspill, der spilleren ser hele spillverdenen ovenfra. De *prosessorienterte dataspillene* skiller seg fra de andre sjangrene ved at de ikke definerer noe tydelig mål for spilleren, men gir hen et system å spille med. Kjente eksempler på slike spill er sandkassespillet *Minecraft* (Mojang 2011) og livsstilssimulasjonen *The Sims 4* (Maxis, 2014), som begge lå på Medietilsynets liste over de mest spilte dataspillene blant barn og unge i Norge i 2020.<sup>7</sup> Simulasjoner av virkelige erfaringskontekster, som det å styre et fly i *Flight Simulator* (Microsoft 1982–2020), er en undersjanger av prosessorienterte spill.

Grensene mellom hovedsjangere er til dels flytende, både fordi enkeltspill ofte kombinerer trekk på tvers av grunnformene, og fordi

---

6 Egenfeldt-Nielsen mfl. 2016: 56–57.

7 Medietilsynet 2020: 11. Et «sandkassespill» lar spilleren i stor grad forme og modifisere spillverdenen, og har som regel valgfrie mål og oppgaver.

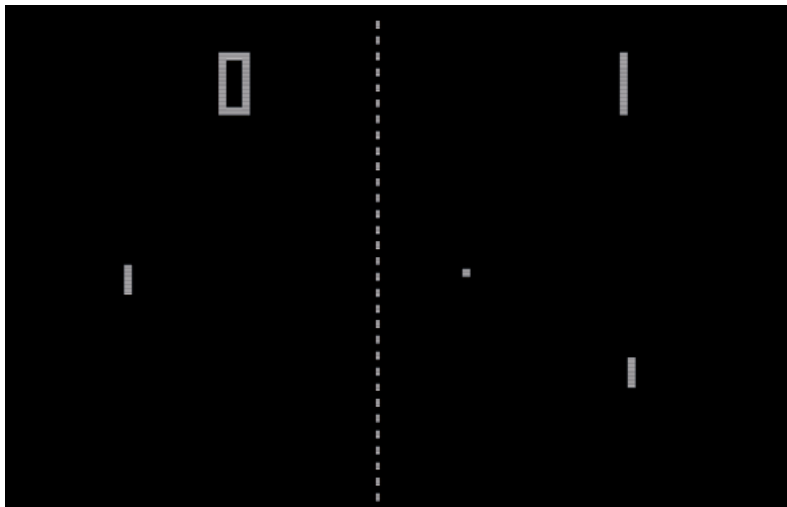
mange spill lar spilleren velge mellom ulike modi.<sup>8</sup> Utviklingen fra enklere grunnformer til mer komplekse og sammensatte former vil i fortsettelsen eksemplifiseres med referanse til det tidlige arkadespillet *Pong* (se bilde 1), som var en todimensjonal simulasjon av bordtennis, og det langt nyere *Fortnite* (se bilde 2), som i begynnelsen var en barnevennlig versjon av et skytespill, men som etter hvert nærmest har utviklet seg til en digital kulturinstitusjon.

I en tidlig fase av spillstudier som forskningsdisiplin, rundt årtusenskiftet, argumenterte sentrale teoretikere for at dataspill først og fremst må forstås som remedierte spill, altså eksisterende spill som har migrert til digitale plattformer.<sup>9</sup> Spill konstitueres av regler, og ifølge et slikt perspektiv er spillerens sentrale oppgave å mestre spillets regler og handlingsmuligheter, det vil si spillets mekanikk.<sup>10</sup> Et slikt syn på dataspill gir mening i møte med for eksempel *Pong*. Grunnet begrenset prosessorkapasitet var *Pong* estetisk enkelt. Spilleren hadde få handlingsvalg, men kunne manipulere en vertikal markør for å «slå» en «ball» over den stiplede midtlinjen («nettet»). Lydsporet besto av bare tre toner: én som markerte at spilleren traff «ballen», én som markerte vunnet slag, og én som markerte tapt slag. Lydsporet bidro ikke desto mindre til å underbygge spillerens opplevelse av å spille bordtennis og fungerte samtidig som en del av spillets tilbakemeldingssystem, som fortalte spilleren om hen lå an til å vinne eller tape. Opplevelsen og realiseringen av *Pong* var (og er) åpenbart avhengig av den enkelte spillerens evne til å håndtere de programmerte mekanismene i spillet: Hen må beregne ballens treffsted og styre markøren hurtig nok.

8 *Minecraft* har for eksempel fem ulike modi: «overlevelse», «eventyr», «kreativ», «tilskuer» og «hardcore».

9 Se f.eks. Eskelinen 2001, som fremmer dette synet i første nummer av tidsskriftet *Game studies*.

10 <sup>310</sup> Ifølge spilldesigneren Jesse Schell består spillmekanikk grunnleggende av spillets prosesser og regler, altså beskrivelser av spillets mål, hva spillere kan eller ikke kan gjøre, og hva som er konsekvensen av ulike handlinger (Schell 2020: 53).



➤ **Bilde 1** Det estetisk enkle dataspillet *Pong* fra 1972 simulerer bordtennis og regnes i dag som en klassiker innen sjangeren.

Med utgangspunkt i Espen Aarseths begrep *kybertekst* kan dataspillet forstås som et regelbasert system som krever brukerens performative innsats for å realiseres.<sup>11</sup> I et estetisk perspektiv fremstår likevel en slik formalistisk forståelse som utilstrekkelig, ettersom den sier lite om hvilke typer opplevelser som oppstår i møtet mellom spillsystemet og spilleren, og om hva som gjør en spillopplevelse god eller dårlig for spilleren. I tillegg sier den lite om hva som skiller ett spill fra et annet.

Kommersielle dataspill er nå ofte transmediale tekster, som gjenbraker eller henviser til karakterer og fiksjonsverdener med litterære eller filmatiske røtter.<sup>12</sup> Mange av dem er også langt mer estetisk

---

11 Se Aarseth 1997: 21. En kybertekst er ifølge Aarseth en tekst som krever brukerens *fysiske* deltagelse for å bli til (1997: 1). Et slikt fysisk konstruksjonsarbeid kreves for eksempel i dataspill, som har en interaktiv dimensjon: Spilleren må trykke på de riktige tastene i riktig rekkefølge for å komme videre i spillet.

12 Jenkins 2007.

komplekse enn *Pong*. Med hensyn til spillopplevelse skiller *Pong* seg for eksempel betraktelig fra *Fortnite*, som var et av de mest populære spillene blant norske barn og unge i 2019, da jeg samlet inn data til denne artikkelen.<sup>13</sup> I modusen «Battle Royale» kjemper *Fortnite*-spilleren, enten alene eller på lag, om å eliminere opptil hundre motstandere på en avgrenset arena, som blir mindre etter hvert som det blir færre spillere igjen. Vinneren er den spilleren (eller det laget) som står alene igjen til slutt. Selv om det fremdeles er sant at *Fortnite* er et regelbasert spillsystem som krever brukerens performative innsats for å realiseres, er spillerens valg- og handlingsmuligheter radikalt utvidet sammenliknet med *Pong*. I tillegg har den audiovisuelle fremstillingen blitt tredimensjonal, med et vesentlig høyere detaljnivå.

Spillerne av *Pong* har begrensede løsningsmuligheter. De har det spillutvikleren Will Wright kaller et *lite løsningsrom*.<sup>14</sup> I *Fortnite* er løsningsrommet mye større, ettersom spilleren har anledning til å utføre spilloppgavene på mer individuelle og kreative måter. *Fortnite* har i tillegg en mer kompleks form, som kombinerer spillmekanikken til militære skytespill med funksjoner og formelementer som er karakteristiske for åpne virtuelle verdener. Spillet fungerer både som en konkurransearena (det spilles som e-sport, der vinnerne innkasserer millionpremier) og som en nettbasert sosial arena som nærmer seg en virtuell verden.<sup>15</sup> Bijan Stephen sier det slik: «*Fortnite* is a game, but it's also a global living room for millions of people, and a kind of codex for where culture has gone this year – it's a cultural omnibus that's absorbed everything from Blocboy JB's shoot dance to John Wick.»<sup>16</sup>

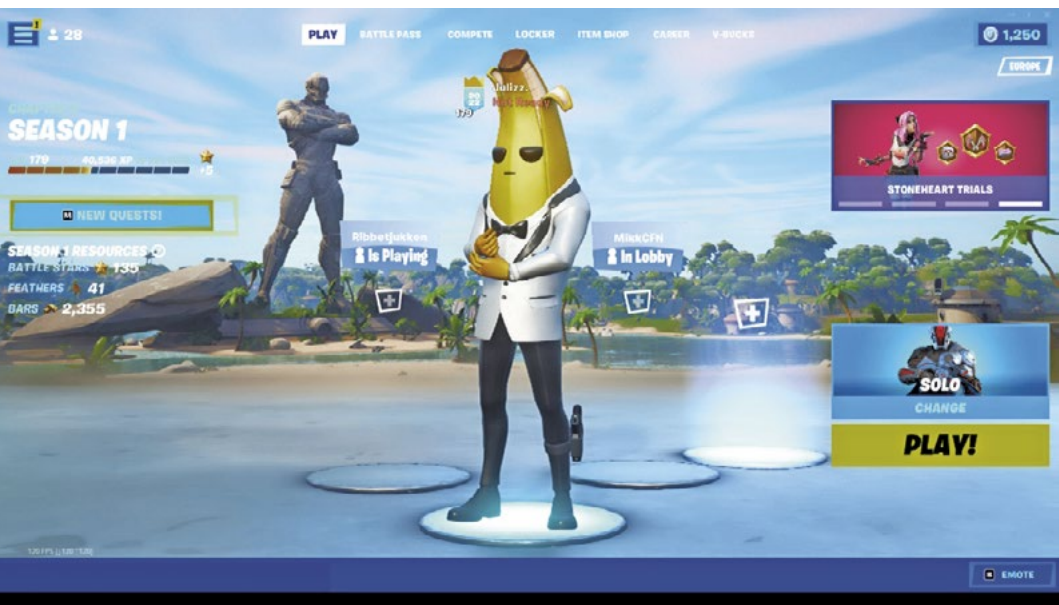
---

13 Se Medietilsynet 2020: 11.

14 Pearce 2002.

15 Se Thomassen 2019.

16 Stephen 2018. Rapperen James Lee Baker, alias BlocBoy JB, har saksøkt Epic Games for å ha innlemmet hans koreograferte dansesekvens «shoot dance» som en danse-GIF i spillet (se Alexander 2019). John Wick er hovedpersonen i filmen *John Wick*, en hardkokt actionfilm fra 2014 redigert av Chad Stahelski og David Leitch.



➤ **Bilde 2** *Fortnite Battle Royale* har vært et av de mest populære dataspillene blant barn og unge de senere årene.

Man kan si at *Fortnite* har utviklet en egen kultur, som både utnytter og utfolder seg i symbiose med ulike populærkulturelle fenomener. Flere av sesongene i spillet preges av en utstrakt bruk av intertekstuelle referanser og innlemmer tema og karakterer fra for eksempel agentfilmer, og motiver fra science fiction, som roboter og romskip. Etter hvert har spillsekskapet også innledet samarbeid med store, kjente tegnefilmfranchiser, som Marvels tegnefilmunivers og den populære japanske manga- og anime-serien *Naruto* av Masashi Kishimoto, noe som har gitt *Fortnite* et sterkere transmedialt preg.

*Fortnite* inkluderer også karakteristiske dansesignaturer (emoter) som er «lånt» fra andre kulturaktører, og oppdateres stadig med nytt



innhold.<sup>17</sup> Å være en dedikert *Fortnite*-spiller kan dermed innebære å følge med på nye hendelser og nytt innhold i spillet, som i en slags føljetong. Diskusjoner om trekk ved spillet og ulike gameplay-videoeer florerer i ulike fora på nettet. Samtaler om detaljer i spillet foregår også blant barn og unge, på skoler og fritidsarenaer, og en av spillets emoter, «Floss», ble danset i de fleste norske skolegårder i 2018, som en form for fanpraksis.<sup>18</sup>

Et sentralt trekk ved *Fortnite* som gjør at det skiller seg fra – for eksempel – det ellers ganske like Battle Royale-spillet *PlayerUnknown's Battlegrounds* (PUBG Studio 2017), og som også gjør at *Fortnite* har en lavere aldersanbefaling, er det humoristiske og fantastiske utvalget av utstyr og spillerkarakterer eller *avatarer*. En avatar forstås i spill både som en spillbar karakter eller person og som et (hvilket som helst) objekt som gir spilleren fysisk handlingsmulighet og et nærvær i spillverdenen.<sup>19</sup> I *Pong* er for eksempel avataren en vertikal strek. Avataren representerer spilleren i spillverdenen og kan fungere som en slags sanseforlengede protese inn i spillets digitale rom. Ulike studier har vist at spilleren ubevisst identifiserer seg med avataren sin.<sup>20</sup> Identifikasjonen også kan være bevisst.<sup>21</sup> I *Fortnite* kan spilleren styre avatarer som ser ut som alt fra robotkrigere til julenissens alver eller muskeltmenn med gresskar- eller bamsehode. Både drakter og utstyr er fargerike og fantasifulle og bidrar til spillets fantasypreg.

Lev Manovichs begrep *mediehybridisering* beskriver trekk ved digital estetikk som bidrar til å forklare hvordan *Fortnite* har videreutviklet dataspillet gjennom å kombinere tidligere adskilte medieformer i det samme spillet. I boken *Software Takes Command* beskriver Manovich hvordan datamediet har gjort det mulig å simulere verktøy og teknikker fra ulike estetiske medier og praksiser. I medieutviklingens første fase ble teknikkene sidestilt i det digitale metamediets visuelle

17 Se for eksempel Goslin 2018.

18 Arneberg 2018.

19 Klevjer 2012.

20 Yee 2014.

21 Boellstorff 2008; Helgesen 2016.

brukergrensesnitt. Denne sidestillingen av medieteknikker kaller Manovich *multimedia*. Etter hvert som de nye funksjonene ble nedfelt i programvare, skjedde det så en mediehybridisering: «The already simulated mediums started exchanging properities and techniques. As a result, the computer metamedium came to contain endless new species.»<sup>22</sup> Digitale medier gjør det altså mulig å skape stadig nye medieestetiske former.

*Fortnites* utvikling fra rendyrket spill til også å fungere som konsertarena ser ut til å følge prinsippene Manovich skisserer, der former først sidestilles, så hybridiseres til et nytt uttrykk. Konseptet med konserter i *Fortnite* ble lansert i 2019, med elektronikaartisten Chris Cornstock, alias «Marshmello», hvis varemerke er å opptre utkledd med et marshmallowhode. Cornstock fant derfor ganske sømløst sin plass innenfor *Fortnites* kostymepregede estetikk og samlet over ti millioner konsertdeltagere i spillarenaen.<sup>23</sup> *Fortnite* har senere fulgt opp suksessen med konserter med rapperen Travis Scott i 2020<sup>24</sup> og vokalistene Ariana Grande i 2021.<sup>25</sup> Konsertene har gitt spillers emote en ny funksjon: Spilleren kan delta på konsert med sine avatarer og bruke emotene til å danse med som respons på musikken. I løpet av de tre første konsertene gjennomgikk konsertformen i spillet en synlig utvikling. Mens den digitale Marshmellos opptreden var iscenesatt som en typisk konsert fra en scene og henviste spillerne til en mer tradisjonell tilhørerrolle, beveget avatarene til Scott og Grande seg friere omkring i spillarenaen, slik at spillerne i større grad kunne samhandle med dem. Iscenesetelsen tok også mer aktivt i bruk effekter fra det fantasypregede spillrommet til å skape en konsertopplevelse som var unik for *Fortnite*: Scotts avatar var utformet som en kjempe, mens spillerne under Grandes konsert kunne sveve omkring i rosa bobler ved hjelp av avatarene sine

---

22 Manovich 2013: 181.

23 Marshmello 2019.

24 Scott 2020.

25 Faiz 2021.

mens de lyttet til hennes versjon av «My Favourite Things». Det er åpenbart at både dataspilletts form og lydens og musikkens rolle i spill har endret seg betydelig siden *Pong* ble utviklet på 1970-tallet.

## Spilleestetikk og spillmekanikk

Ettersom det er stor formvariasjon mellom dataspill i ulike sjangere, og ettersom spillmediet er i stadig teknologisk og estetisk utvikling, råder det ingen konsens innenfor spillstudier om hvilke fortrekk ved dataspill som er de mest sentrale. Det er heller ingen konsens om hvordan man skal definere sentrale begreper, som for eksempel *gameplay*. Generelt brukes begrepet *gameplay* for å beskrive den unike måten enkeltspillere samhandler med dataspill på. Begrepet trengs i spilleestetikken fordi dataspillet bare kan realiseres gjennom innputt fra en spiller. Hvilke muligheter som åpenbarer seg eller realiseres i hver enkelt gjennomspilling, avhenger derfor av spillerens valg og ferdigheter, særlig i spill med det vi kan kalle store løsningsrom, som en motsats til Wrights begrep «små løsningsrom».

Fordi spillteoretikere tar utgangspunkt i ulike spillsjangere, og har ulike syn på spill, vektlegger de fortrekk ved dataspill forskjellig. De definerer derfor også begrepet *gameplay* ulikt. Spillforskerne Sus Lundgren, Karl J. Bergström og Staffan Björk anser for eksempel dataspill først og fremst som en underkategori av spill generelt. Fordi håndtering av regler er et sentralt trekk ved spill, definerer de *gameplay* som samspillet mellom spilllets regler og spilleren.<sup>26</sup> Denne definisjonen er særlig dekkende for handlings- og strategispill. I eventyrspill, der den narrative dimensjonen og den romlige og visuelle utformingen av spillverdenen i større grad motiverer spillingen, og i simulasjoner, som ikke definerer tydelige regler for spilleren, blir en slik definisjon av *gameplay* reduktiv. Egenfeldt-Nielsen, Smith og Tosca forsøker å favne alle sine

---

26 Lundgren, Bergström & Björk 2009.

fire hovedsjangere ved å definere gameplay som «the game dynamics emerging from the interplay between rules and game geography».<sup>27</sup> Ettersom visuelle og/eller verbale representasjoner av rom er et viktig trekk ved spill i alle sjangere, er denne definisjonen mer inkluderende.

Begrepet gameplay brukes til dels om hverandre med begrepet «mechanics», eller spillmekanikk. Den mekaniske samhandlingen mellom spillsystemet og spilleren skjer ved hjelp av spillmekanikker. Miguel Sicart definerer spillmekanikk som «something that connects players' actions with the purpose of the game and its main challenges».<sup>28</sup> Schell beskriver metaforisk spillmekanikken som spillets «skjelett», som «ikles» et estetisk uttrykk i form av en sansbar og sanselig representasjon av hva spillet handler om. I praksis er det vanskelig å skille tydelig mellom spillmekanikk og spilleestetikk, fordi de to nivåene er tett forbundet i opplevelsen av spillet. Tenk for eksempel på skytemekanikk, som på klassiske spillkontroller utløses ved å trykke inn en knapp med høyre pekefinger – en fysisk bevegelse som også kreves for å trykke ned avtrekkeren på et skytevåpen. Kombinasjonen av mekanikken, utformingen av spillkontrollen og den audiovisuelle representasjonen av et våpen bidrar sammen til den totale opplevelsen av å skyte. En slik tett forbindelse mellom mekanikker og audiovisuell og taktill estetikk er et mål for spilldesignere, som arbeider med å gi spillets mekanikk mening gjennom estetisk utforming av spillets brukergrensesnitt.<sup>29</sup> Brukergrensesnittet, som består av både spillkontrollene og spillets audiovisuelle uttrykk, kommuniserer mening i form av lyd, tekst, farger, ikoner og andre visuelle former som spilleren kan samhandle med og tolke. Dette nivået av tegn og symboler kaller Sicart spillets *semiotiske domene*.<sup>30</sup> Vi kan si at *Fortnite* skiller seg fra *PlayerUnknown's*

---

27 Egenfeldt-Nielsen mfl. 2016: 127.

28 Sicart 2008.

29 Schell 2020; Jørgensen 2012.

30 Spillets semiotiske domene inkluderer også spillets henvisning til kulturelle kontekster og består i sin helhet av «all the metaphors, contexts, and cultural practises that wraps around a game's procedural core» (Sicart 2013: 45).

*Battlegrounds*, som har liknende mål og regler, gjennom å ha et rikere semiotisk domene.

Synet på det semiotiske domenet som et sentralt spilleestetisk element deles ikke av alle. En av de hittil få som har skrevet om spilleestetikk på norsk, er spill- og medieforskeren Ragnhild Tronstad, som argumenterer for at det er modaliteten *spillmekanikk* som definerer spillet som medium. På grunnlag av en mediespesifikk forståelse av spill hevder hun at i den grad et spill formidler et budskap, «gjøres dette gjennom den interaksjonsbaserte spillmekanikken, og ikke ved hjelp av narrativer eller visuelle virkemidler». <sup>31</sup> Hun understreker samtidig at «det i praksis [kan] være vanskelig å isolere spillmekanikkens medierende funksjon». <sup>32</sup>

Tronstad tar utgangspunkt i interaksjonsdesign og beskriver spillmekanikk som «den praktiske/materielle realiseringen av spilllets regelsystem». <sup>33</sup> Regelsystemet er sentralt for spill fordi reglene konstituerer det Tronstad kaller spilllets «vesen», ettersom det «kun er gjennom forandring av reglene man kan lage genuint nye spill». <sup>34</sup> Tronstad underbygger også vektleggingen av regelsystemer ved å vise til at «medievante storspillere» lærer seg å «se gjennom de andre modalitetene, for å kunne analysere og angripe spillmekanikken mest mulig effektivt og direkte». <sup>35</sup> Argumentet impliserer at øvede spillere vil «se gjennom» spilllets estetiske «innpakning» og fremfor alt forholde seg til spilllets «skjelett», eller dets regelsystem og tilhørende mekanikk, og sjalte ut andre semiotiske virkemidler som irrelevante. Spillerfunksjonalitet blir dermed vesentlig når man skal bedømme hvor godt eller dårlig et spill er.

---

31 Tronstad 2012: 217.

32 Tronstad 2012: 217.

33 Tronstad 2012: 217, 231.

34 Tronstad 2012: 218.

35 Tronstad 2012: 224. Med «modalitet» mener Tronstad «representasjonsmodus». Begrepet er hentet fra semiotisk teori.

Tronstads sterke vektlegging av regler som utgangspunktet for en mediespesifikk estetikk reiser spørsmål om hvor inkluderende en definisjon av spilleestetikk skal være. Er det bare visse spillpraksiser (dem som utøves av øvede spillere) og visse trekk ved dataspill (regler og mekanikk) som kvalifiserer i drøfting av spilleestetikk? Skal konsertopplevelser og musikk i *Fortnite* forstås som en integrert del av eller som underordnet de mer konkurransepregede delene av spillet?

Selv om Tronstad påpeker at *spillopplevelser* avhenger av «en bestemt kombinasjon av flere modi, som lyd, bilde, animasjon, narrativ og spillmekanikk», fremhever hun regelsystemet som spilleestetikkens essensielle komponent.<sup>36</sup> En av dem som har utfordret synet på regler som definerende for spillmediet, er spillskaperen Jenova Chen. Han har vært en pioner i utviklingen av spilldesign som tar i bruk kunstneriske virkemidler for å engasjere spilleren estetisk og emosjonelt. I prisbelønte spill som *Journey* (2012) og *Sky* (2019) har spillskapet hans, thatgamecompany, skapt nye typer spillopplevelser ut fra en designfilosofi der målet med spillet ikke er at noen skal vinne, men at spilleren skal ha en estetisk og følelsesmessig opplevelse i møte med spillets design. *Journey*, som er innkjøpt av Museum of Modern Art (MoMA) i New York, leder spilleren først og fremst i kraft av en gjennomtenkt audiovisuell og romlig utforming.<sup>37</sup> Mekanikken i spillet lar ikke spilleren berøre noe, ettersom avataren mangler armer. I dette spillet kan spillinnhold derfor bare aktiveres ved at man beveger avataren nær ulike objekter. Kommunikasjon mellom spillere skjer ved at avataren «synger» en egen tone. Et av Tronstads poenger er at slike kunstspill, som er tilgjengelige i kraft av sin relativt enkle mekanikk, ikke tilfredsstillende mer øvede spillere, som har glede av å mestre spillmekaniske utfordringer.

I denne artikkelen er jeg opptatt av å undersøke enkeltspilleres opplevelser med dataspill fra ulike sjangere. Når jeg her forstår spilleestetikk

---

36 Tronstad 2012: 224.

37 Chen 2013, 2019.

som den sanselige erfaringen dataspillet som form gjør mulig, tar jeg høyde for at sentrale formtrekk ved spill varierer med spillsjanger, og for at spillere vektlegger audiovisuelle og kinestetiske trekk ved spillopplevelsen forskjellig. Definisjonen bygger på en vid forståelse av estetikk som knyttet til «vår sanselige måte å være i verden på» og tar hensyn til formtrekk som er særegne for dataspill.<sup>38</sup>

I dataspill blir spilleren agent i et digitalt miljø ved hjelp av en manipulerbar spillavatar. Spilleren har sansetilgang til det digitale miljøet via brukergrensesnittet og opplever og tolker de audiovisuelle og kinestetiske signalene fra spillet. Kognitivt sett er dataspill utformet som et handlings- eller løsningsrom spilleren kan operere i.<sup>39</sup> Etter hvert som spilleren lever seg inn i spillopplevelsen, kan hen oppleve å «være inne i» eller reagere sanselig på elementer i dataspillet «som om» hen var i et fysisk miljø. Spillforsker Rune Klevjer har derfor beskrevet spillavataren som en sanselig forlengelse av spillerens kropp:

When we play, because the avatar extends the body rather than pure agency or subjectivity, screen space becomes a world that we are subjected to, a place we inhabit and where we struggle for survival. We learn to intuitively judge, like we do in the real world, the opportunities and dangers of the environment.<sup>40</sup>

Graden av slik sanselig innlevelse kan variere fra spiller til spiller. Lyd og musikk er estetiske trekk ved dataspill som kan påvirke spillernes grad av innlevelse i spillet. I neste underkapittel peker jeg på noen vesentlige trekk ved bruken av lyd og musikk i spill som understøtter min etterfølgende analyse av ungdommenes beskrivelser av sine egne opplevelser av dataspillets lydige dimensjoner.

---

38 Tjønneland 2021.

39 Den kognitive dimensjonen ved spillopplevelsen er kompleks. Jeg har drøftet dette mer inngående i en annen artikkel, publisert i *Barnelitterært forskningstidsskrift* (se Guanio-Uluru 2022).

40 Klevjer 2012: 13.

## Lyd og musikk i spill

Fra filmvitenskapen er det kjent at lyd og musikk har ulike estetiske funksjoner og kan fungere både stemningsskapende og meningsbærende, blant annet ved å binde sammen ulike klipp og scener og gjennom bruk av ledemotiver for å skape helhet. Lyd og musikk i dataspill har også flere av disse funksjonene, men er bygget opp på andre måter, ettersom lyd og musikk i spill i tillegg må fungere i henhold til spilleres (ulike) innputt i spillsystemet. Som Karen Collins påpeker, skaper dataspillets interaktive form særegne utfordringer for lyddesign, ikke minst når det gjelder musikk: «[N]on-linearity is one of the primary distinctions between video games and the more linear world of film and television, in which the playback is typically fixed.»<sup>41</sup> Som andre trekk ved spillopplevelsen er altså ikke lyden og musikken i dataspill «ferdig», men realiseres sekvensielt ved hver enkelt gjennomspilling av hver enkelt spiller.

I presentasjonene av *Pong* var jeg inne på hvordan spillsystemet lydlig markerer både når spilleren treffer ballen, og når slaget er vunnet eller tapt. Eksempelet kan brukes til å illustrere Collins' skille mellom interaktiv og adaptiv lyd. Interaktiv lyd (*interactive audio*) betegner de lydhendelsene som kommer som en reaksjon på direkte innputt fra spilleren (et annet eksempel er lyden Mario i *Mario Bros* (Nintendo, 1983) lager når spilleren trykker på knappen som får ham til å hoppe i spillet), mens adaptiv lyd (*adaptive audio*) markerer endringer i ulike parametere i spillet, for eksempel i spillscore, avatarens helsetilstand, andelen opptjent spillvaluta og liknende.<sup>42</sup> Adaptiv lyd gir spilleren informasjon om hvordan hen «ligger an» i spillet, mens interaktiv lyd auditivt bekrefter for spilleren at spillsystemet reagerer på spillerens innputt. Både interaktiv og adaptiv lyd motiverer spilleren til å utføre

---

41 Collins 2008: 4.

42 Collins 2008: 4.



visse spillhandlinger. Til sammen utgjør interaktiv og adaptiv lyd det Collins kaller dynamisk lyd (*dynamic audio*).<sup>43</sup>

Den teknologiske utviklingen i spillindustrien har hatt stor betydning for bruken av lyd i spillmediet. Mens prosessoren til *Pong* i 1972 bare hadde plass til tre toner, kan *Fortnite* i 2019 romme en hel konsert.<sup>44</sup> Tidlige spill trakk veksler på musikkrepertoaret fra stumfilmens dager.<sup>45</sup> De tidlige spillmaskinene hadde ofte ferdigkomponert musikk, ikke minst fordi få programmerere var musikere.<sup>46</sup> Etter at separate lydkort kom på midten av 1980-tallet, ble looping eller sløyfing av lydsporet vanlig. Praksisen gjorde at spillene kunne ha både bakgrunnsmusikk og lydeffekter samtidig.<sup>47</sup> Lydsløyfingen var også nødvendig fordi spillere bruker ulik tid på den samme spillsekvensen. Lydsporet må derfor være fleksibelt for tidsvariasjoner i spillestil.

Mot slutten av 1990-tallet kom omsluttende lyd, eller et tredimensjonalt lydbilde (*surround sound*). Utviklingen hadde sammenheng med overgangen til tredimensjonal datagrafikk.<sup>48</sup> Mens stereolyd kunne brukes til å lokalisere lyd i synsfeltet foran spilleren, gjorde utviklingen av tredimensjonal lyd at lyd også kunne lokaliseres «bak» spilleren og bidra til å (re)definere spillrommet. Parametere som romstørrelse og akustikk kunne etter hvert programmeres inn i spillet som filtre og bidra til en sterkere romfølelse og opplevelse av den tredimensjonale grafikken.<sup>49</sup> Teknisk sett avhenger omsluttende lyd av posisjonell lyd: Spillsystemene benytter seg av lokaliseringsteknologi til å bestemme lydens posisjon i et tredimensjonalt rom. På denne måten kan lydobjekter i det virtuelle rommet opprettholde sin egen lokalisering eller

---

43 Collins 2008: 4.

44 Atari ønsket opprinnelig at spilleren skulle høre lyden av en jublende folkemengde når hen fikk poeng, og en «buu»-lyd ved tap, men dette lot seg ikke gjøre på grunn av prosessorens begrensede lagringskapasitet (se Collins 2008: 9).

45 Lerner 2014: 332.

46 Collins 2008: 23.

47 Collins 2008: 19.

48 Manovich 2013: 290.

49 Collins 2008: 64.

bevegelsesretning selv om spillavataren beveger seg. Spillsystemet kan også justere volumet på lyden for å markere hvor nær eller hvor langt fra lydobjektet spilleren er.

Lyd bidrar til at spillhendelser kan oppleves som mer realistiske, ikke minst gjennom å henvise lydlig til virkelige fenomener. Tredimensjonal lyd kan forsterke opplevelsen av spillhendelser som realistiske. Collins påpeker riktig nok at «realistisk lyd» i spill som regel består av sammen- satte lydmikser av «the imagined real», som henter inspirasjon fra film- og sjangerkonvensjoner heller enn fra opptak av virkelige lyder. Som oftest består lydmiksen i dataspill derfor av «a make-believe construc- tion of sounds and synthesizer patches – a simulacrum of the real». <sup>50</sup>

I dataspill samvirker lyd og musikk også med de visuelle modali- tetene i spillet. Ofte understrekes spillhandlinger og stemning gjen- nom «Mickey Mousing», det vil si at musikken imiterer det som foregår visuelt. <sup>51</sup> Dette er et formelement dataspill har lånt fra animasjonsfil- men: Teknikken ble hyppig brukt i Walt Disneys tidlige filmer – derav navnet. <sup>52</sup> Studier innenfor kognitiv psykologi viser at slik lydlig for- sterkning gjør at visuelle objekter oppfattes som mer levende og mer antropomorfe, <sup>53</sup> og at visuelle former som forsterkes lydlig er lettere å oppfatte. <sup>54</sup> Lyd og musikk kan dermed brukes til å «plukke opp» eller understreke trekk ved det visuelle uttrykket.

I en drøfting av kroppens betydning for estetisk opplevelse av film og filmmusikk peker professor i musikk Lawrence Kramer på at lyd «kroppsliggjør» filmens visuelle scener fordi kroppen fungerer som en resonanskasse for lydvibrasjonene: «The body is a vibratory depth; its depth is where music vibrates; to add music to the primitive cinematic image is literally, not metaphorically but literally, to give the image a

---

50 Collins 2008: 134–135.

51 Walen 2004: 4.

52 Se Cook 1990: 292.

53 Cohen 2000 i Walen 2004: 4.

54 Cohen 2014: 104.

body.»<sup>55</sup> Denne forståelsen er overførbart til lyd og musikk slik disse elementene virker i dataspill: Gjennom å være «resonanskasse» for lyd og musikk forankrer kroppen den multisensoriske opplevelsen av spillet i spillerens fysiske kontekst. Spill i skrekksjangeren fungerer for eksempel i stor grad ved å aktivere en ubevisst kroppslig respons. Fordi det menneskelige nervesystemet reagerer på uventede lyder med å mobilisere en kroppslig kamp- og fluktrespons, er uregelmessig og «ikke-kontekstuell» lyd et mye brukt virkemiddel innenfor skrekksjangeren, både på film og i dataspill.

Motorsportspill (*racing games*) er en annen sjanger som trekker veksler på vår umiddelbare kroppslige respons på lyd. Melanie Swalwell beskriver for eksempel hvordan lyden av en Ferrari-motor for henne utløste en kroppslig reaksjon på spillet *Grand Prix Legends* (Papyrus Design Group, 1998): «I found my body starting to move involuntarily in response to the fuel-rich sounds of 'my' car's engine, anticipating and responding to its gear changes. This was a surprise to me.»<sup>56</sup> Lyd og musikk fyller altså flere ulike funksjoner i dataspill, noe som gjenspeiles i ungdommens ulike svar på, og begrunnelser for, sitt forhold til lyden og musikken i sine favorittspill.

## Om spørreundersøkelsen

Data i spørreundersøkelsen ble samlet inn i desember 2019. Informantutvalget besto av 44 elever – 23 jenter og 21 gutter – fra to skoler i Østlandsområdet, S1 og S2.<sup>57</sup> Elever på niende trinn ble valgt fordi det er rimelig å forvente at ungdommer i denne alderen både kan reflektere over egen spillpraksis og uttrykke sine refleksjoner skriftlig. I undersøkelsen benyttet jeg spørreskjema for å fange opp individuelle

---

55 Kramer 2014: 353.

56 Swalwell 2008: 73.

57 Metoden og informantutvalget beskrives også i Guanio-Uluru 2022.

refleksjoner fra et større antall elever. Jeg ønsket individuelle svar, ettersom sosial dynamikk kan farge svarene i gruppeintervjuer.<sup>58</sup> Et mål med undersøkelsen var dessuten å la alle typer spillere komme til orde. Mitt overordnede forskningsspørsmål var «Hvordan beskriver ungdommer sine egne spillopplevelser i et estetisk perspektiv?».

Spørreskjemaet inneholdt tjue spørsmål. Fem var lukkede avkrysnings-spørsmål. De øvrige var åpne, formulert så enkelt og tilgjengelige som mulig.<sup>59</sup> De fem avkrysnings-spørsmålene handlet om hvor ofte respondentene spilte, hvilken plattform de brukte mest, om de spilte mest sammen med andre eller alene, hvilken type spillkontroller de foretrakk, og respondentens kjønn. De øvrige spørsmålene oppfordret elevene til å beskrive og forklare ulike aspekter ved sin opplevelse av sine favorittdataspill: Hva slags spill de spiller mest; hva de gjør når de spiller; hva de liker spesielt godt ved spillet; om de kan beskrive lyd og musikk i spillet, og hvordan lyd og musikk påvirker dem når de spiller; hvordan de vil beskrive karakterene eller avatarene i spillet; hvordan spillverdenen er; om spillet har en fortelling eller om de lager en selv; og om de kjenner andre spill som likner favorittspillet deres. I denne artikkelen drøfter jeg primært respondentenes svar på spørsmålene som dreide seg om lyd og musikk.

Informantene ble rekruttert ved å kontakte ulike skoler. Faglærer var til stede i klassen mens undersøkelsen varte. I en innledende del presenterte jeg meg selv og viste lysbilder med ulike spilleksempler. Jeg oppfordret ungdommene til å foreslå hvilken sjanger spillene tilhørte. Presentasjonen inneholdt også en kort eksemplifisering av estetiske trekk ved dataspill, der begreper som *visuell stil*, *regler*, *spillverden*, *lyd og musikk*, *konsolltype*, *sjanger* og *følelsesmessige opplevelser* ble introdusert som aspekter av spillopplevelsen. Målet var å stimulere ungdommene til å tenke på sine egne spillopplevelser i et estetisk

---

58 Jf. Frey & Fontana 2005.

59 Utformingen av spørreskjemaet ble diskutert med forskerkollegaer for å sikre validiteten. En småskala prestudie medførte enkelte modifiseringer av spørreskjemaet.

perspektiv. Resultatene fra undersøkelsen må leses med utgangspunkt i denne innledende innrammingen. Elevene fikk tjue minutter til å svare.<sup>60</sup> De tok undersøkelsen alvorlig og svarte konsentrert. Ikke alle svarte på alle spørsmålene. Antall svar på de ulike spørsmålene varierer derfor. Ingen skjema ble utelukket på grunn av useriøse svar.

De transkriberte svarene ble kodet ved hjelp av tematisk analyse.<sup>61</sup> Analysen hadde tre hovedfaser. I den første fasen isolerte jeg hovedtendenser i respondentenes svar på hvert av spørsmålene i spørreskjemaet. I den andre fasen kodet jeg for tema på tvers av spørsmålene. Den tredje fasen, som jeg presenterer her, var en teordrevet innholdsanalyse som undersøkte hvordan ungdommene beskrev lydens og musikkens rolle i sine favorittspill.<sup>62</sup>

Empiriske undersøkelser har ulike begrensninger. I denne hadde enkelte av respondentene misforstått noen av spørsmålene. Feil kan også ha oppstått i transkriberingen av respondentenes håndskrift. Respondentenes beskrivelser var til dels korte, med rom for tolkning. Analysen jeg presenterer her, er basert på mine tolkninger av materialet, ut fra de teoretiske perspektivene det er redegjort for tidligere i artikkelen.

## Spillvalg og vaner: et overordnet blikk

Ingen av ungdommene i undersøkelsen, svarte at de aldri spiller dataspill. 67 prosent (28 av 42) oppga at de spiller tre til fem ganger i uken eller hver dag. Kategorien «av og til» hadde en overvekt av jenter (8 av 10) og kategorien «hver dag» en overvekt av gutter (9 av 15). De andre kategoriene hadde jevn kjønnsfordeling.

---

60 Spørreundersøkelsen var utformet i tråd med NSDs retningslinjer, var anonym og samlet ikke inn personopplysninger. Deltagelse var frivillig, og deltagerne og foresatte var informert på forhånd.

61 Se Braun & Clarke 2006.

62 Hsieh & Shannon 2005.

**Tabell 1:** «Hvor ofte spiller du dataspill, på pc, mobil, nettbrett eller konsoll?»

Alternativ	S1, 23	Jente, 12	Gutt, 11	S2, 19	Jente, 11	Gutt, 8	Totalt
Aldri	0			0			0
Av og til	3	3	0	7	5	2	10
1–2 g/uke	4	2	2	0	0	0	4
3–5 g/uke	11	6	5	2	1	1	13
Hver dag	5	1	4	10	5	5	15

Et hovedfunn i den innledende analysen var at ungdommenes spillvalg i stor grad fremsto som individuelle. Funnet står i kontrast til medieforskeren Elise Seip Tønnesens studie fra 2007 av barn og unges medievaner. Der konkluderte hun med at «fjernsyn og dataspill ser ut til å bidra til å strømlinjeforme mediekonsumet». <sup>63</sup> Mine funn antyder derimot et relativt stort mangfold i bruken av ulike spill. Mens Tønnesen fant at guttene foretrakk konkurransepregede spill, og at jentene foretrakk simulasjoner, <sup>64</sup> oppga både jentene og guttene i min undersøkelse spilltitler fra ulike sjangere. Flertallet i utvalget spilte handlingsspill, der lyden generelt har en viktig rolle som en del av spillets tilbakemeldings-system, men mange spilte også ulike åpne spill og simulasjoner, der lydbildet i mindre grad er orientert mot spillerprestasjon.

## Lydens og musikkens rolle

To av spørsmålene i spørreskjemaet dreide seg spesifikt om opplevelsen av lyd og musikk i respondentenes favorittspill: «Er lyd eller musikk

<sup>63</sup> Tønnesen 2007: 58.

<sup>64</sup> Tønnesen 2007: 152.

viktig i spillet? Beskriv hva slags type lyder eller musikk som er i spillet», og «Hvordan påvirker lyd opplevelsen din av spillet? Beskriv».

På spørsmålet om lyd eller musikk var viktig i deres favorittspill, svarte halvparten av ungdommene bekreftende, mens den andre halvparten mente det ikke var så viktig. Av dem som mente lyden var viktig, var det flere som pekte på hvordan både tredimensjonal lyd og interaktiv lyd hjalp dem med å lokalisere med- og motspillere: «Lyd er viktig for å høre hvor de på det andre laget er», «Det er veldig viktig for å vite hvor en motstander er», «I spillet er det viktig med lyd så du hører de på laget ditt, og så du hører motstanderlaget gå når de er nærme», «For meg så er det viktigste med spillet å kunne vite hva som skjer rundt meg og få posisjonert meg». Svarene viser at for disse respondentene var lyden viktig, eller semiotisk relevant, som en kilde til informasjon om egen og andres posisjon i spillet.

Flere påpekte at lyd var viktigere i enkelte spillsjangere enn i andre, og vurderte særlig adaptiv lyd, som altså er en del av spillets tilbakemeldingssystem, som viktig: «I *Sims* er det ikke så viktig, men i *Fortnite* er det viktig siden man må vite om man skyter noen.» Til tross for at *Sims* lar spilleren velge musikkstil på diegetisk (fiksjonsinternt) nivå, og lar spilleren øve på instrumenter som en del av gameplay, vurderte altså ikke denne spilleren lyden som sentral i spillet. I *Fortnite*, som i andre skytespill, er det viktig å vite om man skyter noen, fordi dette gir poeng. Spillet bruker altså adaptiv lyd for å holde spilleren underrettet om hvor godt spilleren gjør det. Flere la vekt på adaptiv lyd: «I *LOL*<sup>65</sup> er lyd en ganske stor del av spillet. Noen ganger vil avataren din si noe. Det er også en stemme som sier når noen er drept og når et av tårnene dine er ødelagt.» At noen blir drept eller egne forsvarsverker blir ødelagt, påvirker spillerens strategiske posisjon i dette spillet. Andre respondenter understreket at lyd hjalp dem å identifisere trusler: «Lyd er viktig på

65 «LOL» er en forkortelse for strategi- og handlingsspelet *League of Legends* (Riot Games 2009), som har høy status i spillermiljøer og innenfor e-sport (se Arneberg & Hegna 2018).

overlevelse, fordi da kan du høre om det kommer monstre eller andre trusler.»<sup>66</sup>

Alle disse beskrivelsene kan sies å vektlegge lydens semiotiske funksjon som del av spilllets tilbakemeldingssystem. Ungdommenes svar understøtter Tronstads argument om at spillerens samhandling med spilllets regelsystem er en sentral dimensjon ved spilleestetikken. Et flertall av dem som fremhevet lyd som en viktig del av spilllets tilbakemeldingssystem, og som på denne måten knyttet lydens rolle i spillet til spillmekanikk, oppga å spille forholdsvis ofte, enten hver dag eller tre til fem ganger i uken. At nettopp disse spillerne la vekt på lydens adaptive rolle, kan muligens tas til inntekt for Tronstads argument om at øvede spillere konsentrerer seg om spillmekanikk.

En slik posisjon nyanseres likevel av andre svar i undersøkelsen. Flere av ungdommene lot nemlig også til å tillegge lyd og musikk egenverdi, utover lydens systemfunksjonsroller: «Ja, liker lydeffekter. Gjør det litt morsommere noen ganger», «Ja, lyden er viktig, da blir det ikke kjedelig å spille», «Lyder og lydeffekter og musikk er veldig viktig», «*Bio Shock* [2K Games, 2007] er mitt favorittspill. Når jeg spiller det, så har jeg på ekstra høyt volum for å nyte musikken og historien de forteller gjennom spillet», «Musikken i spillet er veldig høy og 'kraftfull', og det gjør spillopplevelsen mer intens», «Det er viktig for å lage stemningen man ønsker. Lyd er viktig for å uttrykke følelser», «Det blir ofte mer spennende». Respondentene som mente at lyd og musikk var viktig på andre måter enn som deler av spilllets tilbakemeldingssystem, fremhevet på ulike måter den følelsesmessige opplevelsen av spillet. De viste til hvordan lyd og musikk bidro både til stemningen i spillet og til spillerens følelsesmessige opplevelse. De fleste av disse respondentene var også spillere som oppga å spille ofte, enten hver dag eller tre til fem ganger i uken, noe som nyanserer forestillingen om en entydig sammenheng mellom spillererfaring og spillerens vektlegging av spillmekanikk. Flere av ungdommene viste også til spesifikke musikksjangere

---

66 *Minecraft* har en spillmodus kalt «overlevelse», som denne spilleren viser til.



da de beskrev sine favorittspill: «Ja det er viktig. Det er mye fort pop/rap» (i *Gran Turismo Sport*, Polyphony Digital 2017), «Det er mye 'heltemusikk'» (i *Overwatch*, Blizzard Entertainment 2016), «Hip-hop, death metal og country. Lydeffekter er det veldig mange av, og det liker jeg» (i *Grand Theft Auto V*, Rockstar Games 2013).

Alle var likevel ikke enig i at lyd og musikk generelt bidrar positivt til spillopplevelsen: «Det gjør deg stressa og jeg synes at det gjør vondt å høre musikken til spill fordi det er plagsomt», «Nei det er bare irriterende. Jeg blir litt sur», «Jeg er ikke så glad i musikken til spill fordi jeg synes det irriterer meg og stresser, men noen ganger er det gøy», «Irriterende med lyd noen ganger». Irritasjonen disse respondentene opplevde, kan ha sammenheng med at spillmusikk er dynamisk. Lydsporet tilpasser seg spillerens handlinger og går ofte i loop om spilleren står fast, for eksempel når spilleren bruker lang tid på å løse bestemte oppgaver i spillet.<sup>67</sup> Bakgrunnsmusikken i spill kan også være monoton og repetitiv. For enkelte kan likevel denne musikken være en hovedattraksjon ved spillet: På spørsmål om hva de likte best ved sitt favorittspill, var det én respondent som fremhevet nettopp bakgrunnsmusikken appell. Ikke alle delte denne opplevelsen. Flere av ungdommene svarte at de valgte å lage sine egne lydspor: «I noen spill synes jeg musikk er viktig, men noen ganger når det bare er bakgrunnsmusikk, da vil jeg heller ta på min egen musikk fra Spotify», «[Når jeg spiller,] sitter jeg i stolen min med lyset av og med musikk», «Jeg liker å høre på podkast mens jeg spiller». Samlet mente 68,3 prosent av ungdommene (28 av 41) at lyd og musikk på ulike måter påvirker spillopplevelsen positivt. Svarene gir samtidig et sammensatt bilde av variasjonene i ungdommenes spillpraksis og hvordan de forstår og forholder seg til lyd i dataspill.

I beskrivelsene av hva slags type lyder eller musikk som finnes i favorittspillet deres, og hvilken effekt lyden eller musikken har, pekte enkelte av ungdommene på at lyden gjorde spillopplevelsen mer realistisk: «Lyd er viktig, men ikke musikk. Type lyder som er i spill, er

67 Se Collins 2008.

bilmotorlyder, vind, skyting, skritt av personer som går, og alt vi hører på spill kan man høre i virkeligheten», «Spillet prøver å være så realistisk som mulig», «Får spillet til å virke mer realistisk». Så mange som halvparten av dem som svarte på spørsmålet om hvordan lyd påvirker opplevelsen av spillet, pekte på innlevelse som en viktig effekt: «Jeg føler at jeg er inne i spillet», «Musikken kan gjøre at du blir veldig tatt med av spillet», «Jeg blir mye mer konsentrert. Jeg føler at jeg er inne i spillet», «Det blir mere interessant å spille, fordi du føler som du er i spillet», «Får en større lyst til å spille spillet, og jeg lever meg inn i det», «Det gjør det mer ekte og levende», «Lyd hjelper meg å fokusere. Det gir også en slags innlevelse i spillet». Dette kan ses i sammenheng med den «kroppsliggjørende» effekten av lyd og musikk som Kramer peker på.<sup>68</sup> Hverken lydens og musikkens stemningsskapende rolle eller bidraget som lyd og musikk gir til spillerens opplevelse av innlevelse i spillet, er direkte forbundet med spillmekanikken, eller det Tronstad kaller «den praktiske/materielle realiseringen av spillets regelsystem».<sup>69</sup> Ungdommenens svar antyder derfor samlet sett at selv om opplevelsen av lyd og musikk i spill ofte er tett forbundet med spillets mål og regler, kan ikke opplevelsen av lyd og musikk i spill reduseres til et spørsmål om spillmekanikk.

## Oppsummerende refleksjoner

Jeg reiste innledningsvis spørsmålet om hvorvidt konsertopplevelser og musikk i *Fortnite* skal forstås som en integrert del av eller som underordnet de mer konkurransepregede delene av spillet. Materialet i min undersøkelse viser ganske entydig at respondentene ikke oppfatter musikken som noen sentral del av spillet. Selv om flere oppga *Fortnite* som sitt favorittspill, nevnte ingen hverken emoter eller konserten til

---

68 Kramer 2014: 353.

69 Tronstad 2012: 231.

Marshmello (som hadde funnet sted tidligere samme år) i sine svar på om lyd eller musikk var viktig i spillet. Dette kan ha flere årsaker. I 2019 hadde den verste farsotten med Floss gitt seg, mens Marshmellos konsert muligens ble oppfattet som en enkelthendelse, ettersom den representerte noe nytt i *Fortnite*. At ingen av respondentene lot til å tenke på Marshmello-konserten som en del av spillet, kan muligens også skyldes at ingen av dem faktisk hadde deltatt på konserten.

Heller ikke spillere som oppga *The Sims* som sitt favorittspill, la nevneverdig vekt på lydens og musikkens rolle i spillopplevelsen, til tross for at spilleren har mulighet til å vektlegge musikk som en del av gameplay: Spilleren kan for eksempel velge en karriere som musiker, øve på forskjellige instrumenter og selv velge ulike musikksjangere på fiksjonsinterne lydilder i spillverdenen. Fordi spillet gir spilleren et stort løsningsrom og mange valg, vil aktivitetene spilleren konsentrerer seg om å utforske, variere ut fra personlige interesser og smak.

Målet med denne artikkelen har vært å gi et bidrag til å kartlegge hvordan norske ungdommer forstår og beskriver sine egne spill-opplevelser i et estetisk perspektiv, ved å rette et særlig søkelys mot opplevelsen av lyd og musikk. Den innledende teoretiske drøftingen fremhevet både hvordan lyd og musikk i spill ofte er tett forbundet med spillmekanikk, og hvordan lydens og musikkens kognitive og semiotiske funksjoner i spill går utover det rent spillmekaniske. Undersøkelsen viser at tredimensjonal og interaktiv lyd oppleves som viktig i spill der spillerne er i kampsituasjoner og må posisjonere seg strategisk, og at adaptiv lyd er viktig i konkurransepregede spill. Den viser samtidig at det er betydelige individuelle forskjeller i ungdommers opplevelser av og forhold til lyd og musikk i spill, og at mange spillere verdsetter lydeffekter og musikk som estetiske bidrag til spillets stemning og følelsesuttrykk. Flere pekte også på at lyden og musikken var viktig for innlevelsen i spillet og for opplevelsen av realisme. Resultatene utfordrer oppfatningen av spillmekanikk som spilleestetikkens mest sentrale parameter, og synliggjør også, som ungdommene pekte på, at lyd og musikk har ulike funksjoner i ulike spillsjangere.

En viktig innsikt fra undersøkelsen er at ungdommene generelt var interessert i å snakke om og beskrive egne spillererfaringer. Ungdommenes svar og engasjement viste at flere hadde behov for å diskutere hvordan dataspill gir dem «opplevelser som få andre kunstarter eller kulturuttrykk kan gi»,<sup>70</sup> nettopp fordi slike opplevelser utvilsomt utgjør en viktig del av norske ungdommers kulturelle horisont. Forhåpentlig kan denne artikkelen bidra til at samtalen om dataspillestetikk både fortsetter og utvikler seg videre. For som spillforskeren Torill Elvira Mortensen har påpekt: Teoretiske spillmodeller må kontinuerlig revideres i møte med faktisk spilling, «enten fordi de er mangelfulle, eller fordi de blir irrelevante i den lynraske utviklingen av spill og spillforståelse som skjer i møtet mellom spillet og spillerne».<sup>71</sup> Det er all grunn til å innlemme norske ungdommers spillererfaringer i den nasjonale samtalen om spillestetikk.<sup>72</sup>

## Litteratur- og kildeliste

- [Alexander, J. \(2019, 23. januar\). BlocBoy JB sues Epic Games over popular «Shoot» dance emote. \*The Verge\*. <https://www.theverge.com/2019/1/23/18194912/blocboy-jb-fornite-sues-epic-games-shoot-dance-emote-backpack-kid-2-milly>](https://www.theverge.com/2019/1/23/18194912/blocboy-jb-fornite-sues-epic-games-shoot-dance-emote-backpack-kid-2-milly)
- Arneberg, E.J. & Hegna, K. (2018). Virtuelle grenseutfordringer. Symbolske grenser i spill i The League of Legends. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 3(2), 259–274. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2018-03-05>
- Arneberg, L.J. (2018, 15. juni). Vil du være den kule voksne? Da må du hive deg på denne trenden. *Varden*. <https://www.varden.no/okategoriserade/vil-du-vaere-den-kule-voksne-da-ma-du-hive-deg-pa-den-trenden/>

---

70 Skaug mfl. 2018: 18.

71 Aarseth & Mortensen 2021.

72 Takk til elever og lærere som deltok i undersøkelsen, til Bjørg Oddrun Hallås for innspill til det empiriske forskningsdesignet, til Kristine Jørgensen for spillfaglige kommentarer og til ulike lesere underveis i skriveprosessen.

- Boellstorff, T. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton University Press.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chen, J. (2013). *Designing Journey* [GDC presentasjon]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=UGCkVHSvjzM>
- Chen, J. (2019). *From Journey to Sky - Lessons learned* [Game UX Summit'19, Keynote]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=AL-StB8qmlI>
- Cohen, A.J. (2000). Film Music: Perspectives from Cognitive Psychology. I J. Buhler, C. Flinn & D. Neumeyer (red.), *Music and Cinema* (s. 360-377). University Press of New England.
- Cohen, A.J. (2014). Film Music from the Perspective of Cognitive Science. I D. Neumeyer (red.), *The Oxford Handbook of Film Music Studies* (s. 96-130). Oxford University Press.
- Collins, K. (2008). *Game Sound: An Introduction to the History, Theory, and Practice of Video Game Music and Sound Design*. The MIT Press.
- Cook, D.A. (1990). *A History of Narrative Film* (2. utg.). W.W. Norton & Company.
- Egenfeldt-Nielsen, S., Heide-Smith, J. & Pajares Tosca, S. (2016). *Understanding Video Games: The Essential Introduction*. Routledge.
- Eskelinen, M. (2001). The Gaming Situation. *Game Studies*, 1(1). <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>
- Faiz (2021, 7. August). *Fortnite x Ariana Grande FULL EVENT!* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=iTiBp-ORNEo&ab\\_channel=Faiz](https://www.youtube.com/watch?v=iTiBp-ORNEo&ab_channel=Faiz)
- Fontana, A. & Frey, J.H. (2005). The Interview: From Neutral Stance to Political Involvement. I N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (red.), *The Sage handbook of qualitative research* (s. 695-727). Sage Publications.
- Goslin, A. (2018, 27. desember). Backpack Kid is also suing Epic Games over a dance in *Fortnite*. *Polygon*. <https://www.polygon.com/fortnite/2018/12/18/18146770/backpack-kid-dance-fortnite-epic-games-lawsuit>

- Guanio-Uluru, L. (2022). Digital danning: Dataspill som arena for selvrepresentasjon og lek med identitet(er). *Barnelitterært forskningstidsskrift*, 13(1), 1-15. <https://doi.org/10.18261/blft.13.1.1>
- Helgesen, E. (2016). *Facing the Future: Online Sociality and Emerging Forms of Play among Children in Norway* [doktorgradsavhandling]. Universitetet i Bergen. <https://hdl.handle.net/1956/15578>
- Hsieh, H.-F. & Shannon, S.E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Hylland, O.M., Haugsevje, Å.D., Schnell, A.J. & Miland, K.P. (2019). *Ung kultur. Telemarksforskning*. <https://intra.tmforsk.no/publikasjoner/filer/3579.pdf>
- Jenkins, H. (2007, 21. mars). *Transmedia Storytelling 101*. [http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia\\_storytelling\\_101.html](http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html)
- Jørgensen, K. (2012). Between the Game System and the Fictional World: A Study of Computer Game Interfaces. *Games and Culture*, 7(2), 142-163.
- Klevjer, R. (2012). Enter the Avatar. The phenomenology of prosthetic telepresence in computer games. I H. Fosshem, T. Mandt Larsen & J.R. Sageng (red.), *The Philosophy of Computer Games* (s. 17-38). Springer.
- Kramer, L. (2014). Classical Music, Virtual Bodies, Narrative Film. I D. Neumeyer (red.), *The Oxford Handbook of Film Music Studies* (s. 351-365). Oxford University Press.
- Lerner, N. (2014). The Origins of Musical Style in Video Games, 1977-1983. I D. Neumeyer (red.), *The Oxford Handbook of Film Music Studies* (s. 319-348). Oxford University Press.
- Lundgren, S., Bergström, K.J. & Björk, S. (2009). Exploring Aesthetic Ideals of Gameplay. *Proceedings of DiGRA*. <http://www.digra.org/wp-content/uploads/digital-library/09287.58159.pdf>
- Manovich, L. (2014). *Software Takes Command*. Bloomsbury.
- Marshmello (2019, 2. februar). *Marshmello Holds First Ever Fortnite Concert Live at Pleasant Park* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=NBsCzN-jfvA&ab\\_channel=Marshmello](https://www.youtube.com/watch?v=NBsCzN-jfvA&ab_channel=Marshmello)
- McGonigal, J. (2012). *Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World*. Vintage.

- Medietilsynet (2020). *Barn og medier 2020: Gaming og pengebruk i dataspill: Delrapport 3*. Medietilsynet. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/200402-delrapport-3-gaming-og-pengebruk-i-dataspill-barn-og-medier-2020.pdf>
- Pearce, C. (2002). Sims, BattleBots, Cellular Automata, God and Go. *Game Studies*, 2(1). <http://www.gamestudies.org/0102/pearce/>
- Schell, J. (2020). *The Art of Game Design: A Book of Lenses* (3. utg.). CRC Press.
- Scott, T. (2020, 26. april). *Travis Scott and Fortnite Present: Astronomical (Full Event Video)* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=wYeFAIVC8qU&ab\\_channel=TravisScott](https://www.youtube.com/watch?v=wYeFAIVC8qU&ab_channel=TravisScott)
- Sicart, M. (2008). Defining Game Mechanics. *Game Studies*, 8(2). <http://gamestudies.org/0802/articles/sicart>
- Sicart, M. (2013). *Beyond Choices: The Design of Ethical Gameplay*. The MIT Press.
- [Skaug, J.H., Husøy, A., Staaby, T. & Nøsen, O. \(2020\). Spillpedagogikk: Dataspill i undervisningen. Fagbokforlaget.](#)
- Skaug, J.H., Staaby, T. & Husøy, A. mfl. (2017). *Dataspill i skolen* (1. revidert utgave). Senter for IKT i utdanningen. [https://www.udir.no/globalassets/filer/spill\\_i\\_skolen\\_-\\_notat\\_-\\_revidert\\_2018.pdf](https://www.udir.no/globalassets/filer/spill_i_skolen_-_notat_-_revidert_2018.pdf)
- Stephen, B. (2018, 21. desember). *Fortnite* was 2018's most important social network. *The Verge*. <https://www.theverge.com/2018/12/21/18152012/fortnite-was-2018s-most-important-social-network>
- Swalwell, M. (2008). Movement and Kinaesthetic Responsiveness: A Neglected Pleasure. I M. Swalwell & J. Wilson (red.), *The Pleasures of Computer Gaming* (s. 72–93). McFarland & Company.
- Thomassen, K.H. (2019, 4. februar). Millioner så konsert live i Fortnite. VG. <https://www.vg.no/sport/i/ngEBYJ/millioner-saa-konsert-live-i-fortnite>
- Tjønneland, E. (2021, 18. desember). *Estetikk*. *Store norske leksikon*, snl.no. <https://snl.no/estetikk>
- Tronstad, R. (2012). For en mediespesifikk spilleestetikk. *Norsk medietidsskrift*, 19(3), 216–232.

- Tønnesen, E.S. (2007). *Generasjon.com. Mediekultur blant barn og unge*. Universitetsforlaget.
- Walen, Z. (2004). Play Along: An Approach to Videogame Music. *Game studies*, 4(1). <http://www.gamestudies.org/0401/whalen/>
- Yee, N. (2014). *The Proteus Paradox: How Online Games and Virtual Worlds Change Us: And How They Don't*. Yale University Press.
- Aarseth, E. (1997). *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*. The Johns Hopkins University Press.
- Aarseth, E. & Mortensen, T.E. (2021, 9. desember). Dataspill og metode: En samtale med Espen Aarseth og Torill Mortensen. *Norsk Medietidsskrift*, 1-9. <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2021-04-05>

## Ludografi

- 2K Games. (2007). *Bio Shock*. [Windows, Xbox 360, PlayStation3, Mac OS X, iOS]. USA & Australia.
- Atari (1972). *Pong*. [Arkadespill]. USA.
- Blizzard Entertainment (2016). *Overwatch*. [Windows, PlayStation4, Xbox One, Nintendo Switch]. USA.
- Epic Games (2017). *Fortnite: Battle Royale*. [Windows, macOS, Xbox One, Android, PlayStation4, Nintendo Switch, iOS, PlayStation 5, Xbox Series X/S]. USA.
- Maxis (2014). *The Sims 4*. [Windows, macOS]. Electronic Arts, USA.
- Microsoft (1982-). *Flight Simulator*. [Windows]. USA.
- Mojang Studios (2011). *Minecraft*. [Windows, macOS, Linux]. Sverige.
- Nintendo. (1983) *Mario Bros*. [Arkadespill]. Japan.
- Papyrus Design Group (1998). *Grand Prix Legends*. [Windows]. USA.
- Polyphony Digital (2017). *Gran Turismo Sport*. [PlayStation4]. Japan.
- PUBG Studios (2017). *PlayerUnknown's Battlegrounds*. [Windows, macOS, Xbox One, iOS]. Tencent Games. Kina.
- Riot Games (2009). *League of Legends*. [Windows]. USA.



- Rockstar Games (2013). *Grand Theft Auto V*. [PlayStation3, Xbox 360, PlayStation4, Xbox One, Windows, PlayStation5, Xbox Series X/S]. USA.
- Thatgamecompany (2012). *Journey*. [PlayStation3, PlayStation4, Windows, iOS]. USA.
- Thatgamecompany (2019). *Sky: Children of the Light*. [iOS, Android, Nintendo Switch]. USA.



# Det medierte minnstedet. En studie av *Falstad digital rekonstruksjon*

Ingvild Hagen Kjørholt, Ingeborg Hjorth, Insa Müller og Anette Homlong Storeide

Stadig flere museer og andre kulturarvsaktører tilbyr stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy – applikasjoner eller nettsider som inviterer brukerne til å orientere seg på et bestemt sted slik det er og slik det var i en gitt fortid. Verktøyene kombinerer ofte digitalisert historisk kilde-materiale, interaktive kart og fremstillinger av arkitektur og topografi i virtuell eller utvidet virkelighet (VR/AR).<sup>1</sup> Selv om utbredelsen er stor

- 
- 1 Se for eksempel Bilandzic & Foth 2012: 68; Leorke 2014. Eksempler på stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy i Norge er *Akerselva Digitalt* (Teknisk museum & Oslo museum, 2013) en mobilapp med en GPS-styrt digital audioguide til industrihistorien langs Akerselva i Oslo; *Borgcraft* (Østfoldmuseene & Høgskolen i Østfold, 2016), et dataspill utviklet ved hjelp av spillprodusenten Mojangs Minecraft Education Edition; *Oslo havn 1789* (Tidvis AS, 2018) en digital rekonstruksjon som kan oppleves *in situ* eller *ex situ* via mobil, nettbrett eller pc; *Hjemme. Borte* (Jødisk Museum & Ablemagic AS, 2019), en mobilapp som knytter fotografier og tekster om jødeforfølgelsene i Trondheim til spesifikke bygninger og steder i byrommet; *Digitale Tautra* (Tidvis AS & Fortidsminneforeningen, 2020), et 3D-spill for pc med en VR-rekonstruksjon av Mariaklosteret på Tautra anno 1250; *Grini VR* (Kulturtanken & Grinimuseet, 2020) en virtuell opplevelse for VR-briller med en digital rekonstruksjon

og digital formidling har vært en viktig kulturpolitisk satsning både i Norge og internasjonalt siden midten av 1990-tallet, er det et behov for mer kunnskap om formidlingspraksisene som stedsspesifikke digitale verktøy på historiske steder er en del av. Forskningen på feltet er fragmentert, det mangler etablerte metoder for å evaluere hvordan verktøyene virker inn på brukernes meningsskaping, og begrepsbruken er uklar.<sup>2</sup> Artikkelen vil bidra til kunnskapsutviklingen gjennom en undersøkelse av applikasjonen *Falstad digital rekonstruksjon* (2018), lansert av Falstadsenteret til utendørs bruk på det historiske stedet Falstad og tilgjengeliggjort for betalende museumsgjester via utlånte nettbrett.

Fra 1941 til 1945 var SS Strafgefengenenlager Falstad på Ekne i Levanger en av nazistenes største fangeleirer på norsk jord. I dag er Falstad det vi vil kalle for et «KZ-minneste», en opprinnelig tysk betegnelse (*KZ-Gedenkstätte*) for minnesteder ved tidligere konsentrasjonsleirer (*Konzentrationslager*, forkortet *KZ-Lager*). I likhet med andre KZ-minnesteder rommer minnesteedet Falstad også et museum og et dokumentasjons- og læringssenter som har som mandat å utvikle og formidle kunnskap om fangehistorie, demokrati og menneskerettigheter. Falstadsenteret skriver på sine nettsider at *Falstad digital rekonstruksjon* tilbyr en «digital [...] opplevelse [som] tar deg med tilbake i tid og viser deg leirlandskapet slik det så ut ved frigjøringen i mai 1945».<sup>3</sup> Applikasjonen inneholder 3D-modeller av leirkomplekset, digitalisert arkivmateriale og kuraterte tekster om krigstidens Falstad.

I artikkelen undersøker vi *Falstad digital rekonstruksjon* i lys av medieperspektiver, formidlingstradisjoner og brukernes

---

av Grini fangeleir anno 1945. Vi bruker det generelle begrepet «stedsspesifikke» om formidlingsverktøy som både brukes *in situ* og *ex situ*, mens vi med «lokative formidlingsverktøy» viser til verktøy som er laget kun for å brukes *in situ*.

2 I norsk sammenheng har medieviteren Gunnar Liestøl (2019) levert viktige bidrag til forskning på bruken av digitale lokative medier på kulturarvssteder. Uklar begrepsbruk tas opp av for eksempel Walden (2019), mens Galani & Kidd (2019), Kidd (2019) og Liu (2020) påpeker behovet for bedre evalueringsmetoder.

3 Falstadsenteret 2021.

meningsskapingsprosesser. Vi spør: Hva karakteriserer *Falstad digital rekonstruksjon* som medium? Hvordan forholder dette formidlingsverktøyet seg til sentrale formidlingstradisjoner, -former og -konvensjoner ved KZ-minnsteder? Og på hvilke måter opplever og forstår besøkende stedet og historien gjennom det digitale verktøyet?<sup>4</sup>

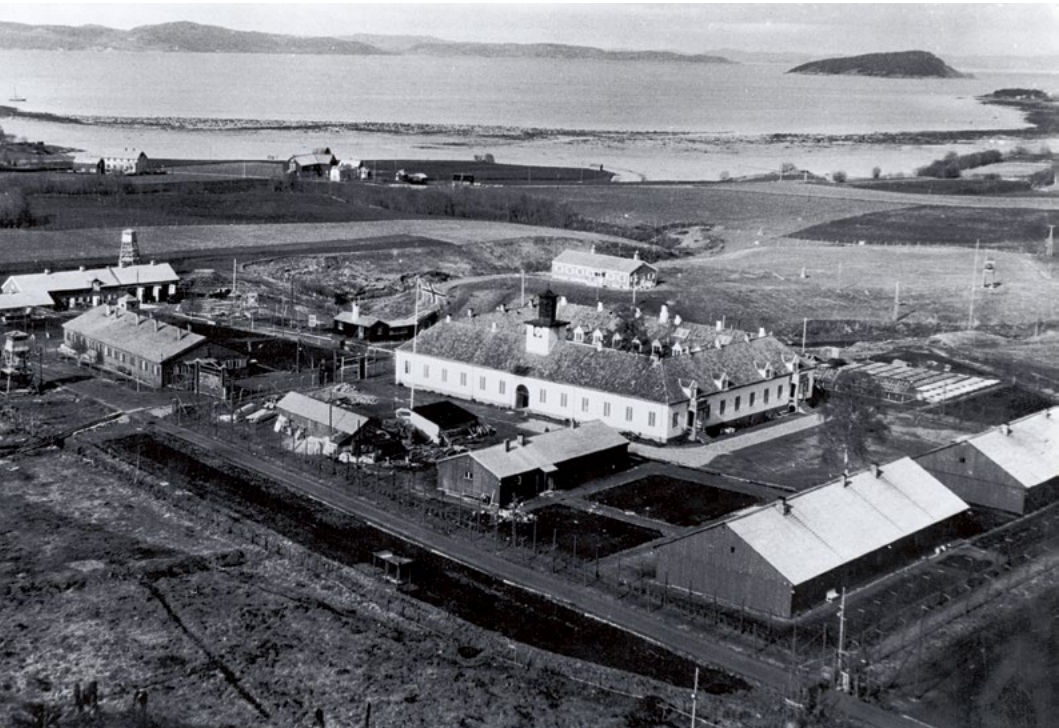
## ***Falstad digital rekonstruksjon*: et lokativt digitalt formidlingsverktøy på et KZ-minnsted**

*Falstad digital rekonstruksjon* er et lokativt digitalt formidlingsverktøy. Lokative digitale medier kjennetegnes ved at de er bærbare, at brukers geografiske plassering påvirker innholdet, og at de interagerer med stedet de brukes på. Dette betyr at både det digitale medieinnholdet og det fysiske stedet er betydningsbærende elementer i brukers meningsskapingsprosess. Når vi møter et sted gjennom et lokativt digitalt formidlingsverktøy, flettes den fysiske virkeligheten sammen med den virtuelle virkeligheten – slik sistnevnte fremstår på skjermen til en smarttelefon eller et nettbrett. Nettopp utbredelsen av smarttelefoner har gjort lokative digitale medier til en dagligdags teknologi. Mediehistorikere har påpekt hvordan dette har bidratt til at vi i økende grad ikke lenger erfarer den virtuelle og fysiske virkeligheten som to adskilte sfærer, men snarere som et blandet eller hybrid rom.<sup>5</sup>

---

4 Artikkelen bygger på forskningsprosjektet «Det medierte minnestedet» (MeMin), finansiert av Kulturrådet, NTNU og Falstadsenteret. Tre av fire artikkelforfattere var (helt eller delvis) ansatt ved Falstadsenteret i prosjektperioden. Ingen av forfatterne var direkte involvert i utviklingen av appen, men prosjektet var like fullt motivert av et ønske om å få mer kunnskap om vårt «eget» formidlingsverktøy. En slik forskerposisjon har åpenbare utfordringer knyttet til seg, og vi har særlig vært oppmerksomme på at forskningen ikke skal tjene til å promotere Falstadsenteret. Samtidig har vår inngående kjennskap til og egen deltakelse i formidlingspraksiser ved minnestedet Falstad også åpnet for andre muligheter til å kontekstualisere formidlingssituasjonen enn en mer utenforstående posisjon ville tillatt.

5 For en definisjon av lokative digitale medier, se Farman 2012: 39; Farman 2014: 529 og Bilandiz & Foth 2012.



➤ Bilde 1 Falstad fangeleir, mai 1945.

I *Falstad digital rekonstruksjon* møter det fysiske stedet Falstad her og nå en virtuell fremstilling av stedet anno 1945. SS-leiren besto på sitt mest omfangsrike av flere brakker og driftsbygninger gjerdet inn av et dobbelt piggråd-gjerde (bilde 1). I dag er stedet radikalt forandret sammenlignet med krigsårene, og det finnes få fysiske spor etter leiren i landskapet (bilde 2). Fangebrakker, driftsbygg, vakttårn og piggråd-gjerder er for lengst revet. Hovedbygningen og kommandantboligen eksisterer fortsatt, men byggene er rehabilitert og tilpasset dagens



➤ **Bilde 2** Dronefoto fra 2019 av Falstadbygningen og det tidligere leirområdet.

virksomhet.<sup>6</sup> Besøkende møter krigshistorien gjennom utstillinger i museet og ved å oppsøke retterstedet Falstadskogen, en kilometer

---

6 Leirens hovedbygning var oppført i 1921 som en del av Falstad skolehjem. Falstad-fanger bygget kommandantboligen i 1943–1944. Fra 1941 til 1945 satt omtrent 4300 mennesker i fangenskap i SS Strafgefengenenlager Falstad, og over 200 ble henrettet og gravlagt i Falstadskogen en kilometer nord for leiren. Etter krigen tok den norske staten stedet i bruk som tvangsarbeidsleir for landssvikdømte (1945–1949) og deretter som spesialscole for såkalt evneveike (1951–1952). Det var spesialscole i Falstadbygningen til 1992.

nord for hovedbygningen, hvor flere minnesmerker forteller om fangeleirens dødsofre. Ønsket om å gjøre krigshistorien mer synlig og lesbar i det historiske indre leirområdet var en viktig motivasjon bak utviklingen av det digitale verktøyet.

*Falstad digital rekonstruksjon* ble til gjennom et samarbeid mellom kuratorer ved Falstadsenteret og et teknologimiljø i Barcelona, innenfor rammen av det internasjonale forskningsprosjektet «Inclusive Strategies for European Conflicted Pasts» (iC-ACCESS, 2016–2019).<sup>7</sup> Prosjektet handlet om hvordan digital teknologi kan benyttes for å utvikle og formidle ny kunnskap om omstridt kulturarv og smertefull historie. Blant deltakerne var det tverrfaglige forskningsinstituttet SPECS ved Universitat Pompeu Fabra i Barcelona.<sup>8</sup> SPECS hadde tidligere samarbeidet med det tyske minnesteedet Bergen-Belsen om utviklingen av et formidlingsverktøy som koblet nevrovitenskapelig forskning med minnesteedet mål om å formidle historisk kunnskap og styrke historiebevissthet.<sup>9</sup> Både formidlingskonseptet og programvaren i prosjektet til SPECS og Bergen-Belsen lå til grunn for *Falstad digital rekonstruksjon*.

*Falstad digital rekonstruksjon* kombinerer to formidlingsformer i fremstillingen av den historiske fangeleiren: Rekonstruerte virtuelle 3D-modeller av arkitektur og topografi, og digitalisert historisk arkivmateriale kuratert i 21 «arkivpakker» som gir innsikt i og kontekst om livet i fangeleiren. 3D-modellene har en nokså abstrahert form med

---

7 Prosjektet var finansiert gjennom EUs forskningsprogram *Horizon 2020* og HERA-programmet *Uses of the past*. Trøndelag fylkeskommune og Sparebankstiftelsen DnB finansierte utviklingen av appen.

8 SPECS (Synthetic Perceptive, Emotive, and Cognitive Systems) har, med utgangspunkt i nevrovitenskapelig hukommelsesforskning, spesialisert seg på dataprogrammer som bruker geolokasjons-, AR- og VR-teknologi for å rehabilitere slagpasienters kognitive funksjoner. Den grunnleggende ideen er at det å bevege seg i rom trener hukommelsen, og at et læringsverktøy som responderer på brukerens bevegelser, bidrar til rehabiliteringen.

9 For mer om bakgrunnen for dette arbeidet, se Kinstler 2017 og Pacheco mfl. 2014. Se Kansteiner 2018: 123–124 og Walden 2019 for en diskusjon av Bergen-Belsen-appen i kontekst av digital minnekultur for Holocaust. For en brukeranalyse av den samme appen, se Billib og Unger 2016: 22–25.



få detaljer. Brukeren kan velge å se dem i AR-modus eller VR-modus. I VR-modus er skjermen dekket av et virtuelt Falstad-landskap anno 1945. I AR-modus vises to steds- og tidslag på skjermen samtidig: Modellene av krigstidens byggverk ligger som et nærmest gjennomskiktig lag over det fysiske stedet slik det fremstår via nettbrettets kamera. I begge tilfeller er hyperlenker til arkivpakkene synlige som punkter i det virtuelle leirlandskapet. Brukeren kan selv velge å åpne hyperlenkene. Når man åpner en lenke, forlater man det virtuelle landskapet, og innholdet i den aktuelle arkivpakken tar over skjermbildet. Brukeren kan dermed ikke forholde seg til begge deler samtidig, men må veksle mellom de to formidlingsformene. Det er heller ikke mulig å åpne flere pakker samtidig, men man kan selv velge rekkefølgen. Hver arkivpakke formidler historier knyttet til spesifikke leirlokasjoner, som kvinneavdelingen, fangebrakken, appellplassen og leirporten. Alle pakkene er satt sammen av digitaliserte kopier av ulike historiske kilder som primært er hentet fra Falstadsenterets eget arkiv: fotografier, tegninger og andre dokumenter, i tillegg til lyd- og videointervjuer med tidligere Falstadfanger. Kuraterte tekster, som også er tilgjengelig som lydfiler, setter arkivmaterialet inn i en overordnet historisk og narrativ sammenheng. Mens det virtuelle landskapet først og fremst visualiserer Falstad fangeleir anno våren 1945, formidler arkivpakkene stedets krigshistorie gjennom både bilde, lyd og tekst.

## Ny teknologi møter etablerte tradisjoner: historieformidling på et KZ-minnested

Lokative digitale verktøy som *Falstad digital rekonstruksjon* bringer ny teknologi til historiske steder. Samtidig føyer de seg inn i en lang tradisjon for historieformidling *in situ*. Denne formidlingstradisjonen, slik den formes av både kulturelle forestillinger, normer og medier, spiller en viktig rolle for brukernes forventninger til digitale formidlingsverktøy, og for deres opplevelse og meningsskaping i møte med dem.

En veletablert kulturell forestilling om at stedet selv, i kraft av sin autenticitet – «det var her det faktisk skjedde» – skal bringe oss i umiddelbar kontakt med fortiden, preger historieformidling *in situ*. Folkloristen Anne Eriksen har forklart at denne forestillingen henger sammen med at steder hjelper oss til å konkretisere historien – til å gjøre den abstrakte størrelsen «tid» mer håndgripelig, sansbar og tilgjengelig. Sted og rom er lettere å gripe enn tid, påpeker hun,

om ikke annet fordi mennesket alltid vil erfare seg selv, sin egen kropp satt inn i en romlig dimensjon. [...] Ens eget nærvær på stedet der noe har hendt, gir en opplevelse av delaktighet i det som har foregått der. Fjernheten som tidsdimensjonen skaper, kompenseres på mystisk vis av ens egen kroppslige erfaring av stedet.<sup>10</sup>

Både forestillingen om stedets autenticitet (originalitet, ekthet) og analoge stedsspesifikke medietyper – slik som plaketter og skilt, monumenter og minnesmerker, rekonstruerte bygningselementer, guidebøker, audioguides, omvisninger og rollespill som «gjenskaper» fortidige hendelser på stedet – bidrar til å aktivere selve stedet som et «minnemedium», som en egen kanal til kunnskap om eller kontakt med historien.<sup>11</sup> Alle disse elementene gjør, med andre ord, at vi møter stedet med en forventning om å både oppleve, føle og lære noe, og om at det fysiske stedet selv virker inn i meningsskapingen.

Historiske museer og steder kan deles inn i ulike «sjangrer», og hvert museum eller sted har sine egne sjangerkonvensjoner – normer for hva som formidles, og hvordan det formidles.<sup>12</sup> Digitale formidlingsverktøy må dermed også forstås med bakgrunn i stedets spesifikke

---

10 Eriksen 1999: 49.

11 Om minnesteder som medier, se Blair mfl. 2010. Begrepet minnemedium («Gedächtnismedium») er hentet fra Assmann 2009.

12 Forståelsen av at historiske steder kan deles inn i ulike sjangrer, er inspirert av Eriksen 2009: 15–19, som skriver om museet som en sjanger med egne sjangerkonvensjoner.

sjangerkonvensjoner. Appen *Falstad digital rekonstruksjon* er laget for bruk på et minnested over ofrene for nazistenes forbrytelser. Som historisk sted er Falstad beslektet med de mange KZ-minnstedene som man finner over hele det europeiske kontinentet.<sup>13</sup> KZ-minnsteder har tre overordnede funksjoner: De skal være en arena for å minnes ofrene, bære vitnesbyrd om nazistenes folkemord og fremme historielæring.<sup>14</sup> De tre funksjonene skaper komplekse estetiske, etiske og til en viss grad også politiske føringer for formidlingspraksisene. Føringene dreier seg om både hva slags historier som skal fortelles, hvilke formidlingsformer og medietyper som er egnede, og hvilke handlinger og emosjoner som det er passende for besøkende å møte historien med.

Den kulturelle forestillingen om autentisitet står særlig sterkt på KZ-minnsteder. Den tyske kulturhistorikeren Aleida Assmann forklarer at forestillingen om steders ekthet og nærhet til fortidige hendelser; «autentisitetens aura», gjør at vi tilskriver minnestedet en nærmest mystisk eller sakral kvalitet, nettopp fordi det er et ekte sted hvor nazistenes folkemord ble utøvd.<sup>15</sup> Lik Eriksen påpeker hun at forestillingen får oss til å møte stedene som om de har en iboende evne til å formidle fortidens hendelser, at det å være på stedet gjør at vi får en unik tilgang til det som har skjedd der. Spørsmålet om hva som er «akseptabel formidling» ved KZ-minnsteder, styres av en kritisk bevissthet om stedene som beviser for nazistenes forbrytelser. Bevisstheten om KZ-minnstedenes bevisfunksjon leder til en grunnleggende skepsis overfor fremstillingsformer som kan oppfattes som – eller forveksles

---

13 Formelt sett var Falstad ingen konsentrasjonsleir (KZ-Lager), men en SS-Strafgefanganenlager. Det er verdt å presisere at nazistenes leirsystem omfattet en rekke ulike leirtyper, og at det er store arkitektoniske, historiske, estetiske og pedagogiske forskjeller mellom KZ-minnstedene. Men det finnes noen overordnede tradisjoner og konvensjoner som preger formidlingspraksisene på slike minnsteder. Når vi kaller Falstad for et KZ-minnested, er det for å plassere stedet i en overordnet sammenheng som vi mener er betydningsfull for konvensjonene og normene som knytter seg til formidlingspraksisene på stedet (jf. Morsch 1996).

14 Assmann 2009. Se også Kansteiner 2018: 120.

15 Assmann 2009: 330–331.



➤ **Bilde 3** Falstad fangeleir i VR-modus. Skjermdump fra *Falstad digital rekonstruksjon*.

med – en trivialisering og banalisering av Holocaust.<sup>16</sup> Et KZ-minnesteid har dermed et annet og mer begrenset handlingsrom for å ta i bruk fiksjonaliserende elementer, grafiske fremstillinger og virkemidler som kan ha en underholdende effekt, enn mange andre historiske steder og museer som driver formidling *in situ* – som for eksempel et slagsted fra vikingtiden eller en klosterruin.<sup>17</sup>

16 Se for eksempel Novick 1999, Sznajder 2003 og Young 1993 om banalisering og kulturelle fremstillinger av Holocaust.

17 Om grunnleggende trekk ved og formidlingstradisjoner for KZ-minnesteid, se Drecoll, Schaarschmidt og Zündorf 2019; Hammermann og Riedel 2014; Morsch 1996.



➤ **Bilde 4** Nettbrettapplikasjonen *Falstad digital rekonstruksjon* i bruk. Videointervju med Julius Paltiel.

Visualiseringene av fangeleirens arkitektur og arkivpakkene i *Falstad digital rekonstruksjon* gjentar to fremstillingsformer som har vært og er sentrale for å aktivere KZ-minnsteder som minnemedier. Viktigheten av den første fremstillingsformen henger sammen med at mange av nazistenes fangeleirer – i likhet med SS Strafgefängenenlager Falstad – ble revet eller ombygget etter andre verdenskrig, slik at sporene etter krigsfortiden ikke er umiddelbart synlige på minnstedet. Visualiseringer av fangeleirens arkitektur finnes i ulike materialer, medier og formater, fra oppføring av monumentale minneanlegg via historiske fotografier eller oversiktskart i landskapet, til skulpturelle 3D-modeller av leirkomplekset i miniatyr og fysiske rekonstruksjoner

av deler av leiren i faktisk størrelse. Fysisk rekonstruksjon er imidlertid en praksis de fleste (og særlig de tyske) KZ-minnstedene siden 1990-tallet har gått helt bort fra. Rekonstruksjoner og andre fysiske inngrep i landskapet kan skape en usikkerhet om hva som er originalt, og hva som er gjenoppbygget i ettertid, og slik stå i fare for å ødelegge stedets aura av autentisitet.<sup>18</sup>

Den andre etablerte fremstillingsformen som appen gjentar, er tidsvitnefortellinger. Disse inngår som et av de mest sentrale elementene i arkivpakkene. På KZ-minnsteder har tidsvitnefortellinger bidratt til å aktivere stedet som et minnemedium både gjennom faktiske møter mellom overlevende og besøkende, og i form av tekst, lydopptak og videointervjuer i utstillinger og undervisningsopplegg. Tidsvitnefortellingen formidlet på et KZ-minnsted, hvor hendelsene det fortelles om har foregått, forsterker besøkendes opplevelse av kontakt med mennesker og hendelser i fortiden ved at både stedet og fortellingen virker som formidlingskanaler. Mens visse former for visualisering av fangeleiren har vært omdiskutert, har tidsvitnefortellingen derimot gjennom hele etterkrigstiden hatt en udiskutabelt anerkjent og sentral plass i formidlingstradisjonen særlig ved vesteuropeiske KZ-minnsteder.<sup>19</sup>

Gjenbruken av de to kanoniserte fremstillingsformene i *Falstad digital rekonstruksjon* bidrar til at appen ikke utfordrer føringene som preger KZ-minnstedenes historiefornidling. Den sterke forpliktelsen på etiske hensyn gjør imidlertid at en særlig kritisk bevissthet preger KZ-minnsteders møte med en digital kultur. Den tyske minneforskeren Wulf Kansteiner viser til at enkelte uttrykte bekymring for at Bergen-Belsens applikasjon, forløperen til *Falstad digital rekonstruksjon*, skulle forstyrre besøkendes «direkte visuelle kommunikasjon» med det «virkelige» Bergen-Belsen og føre til en mangel på respekt for leirens

---

18 Riedel 2014: 9; Assmann 2009: 330–331.

19 For en oversikt over begrepet «tidsvitne» og tidsvitnets ulike funksjoner i/for KZ-minnsteder, se de Jong 2018. Se også Arnold-de-Simine 2013; Kansteiner 2018; Storeide 2011.

dødsopfre og overlevende.<sup>20</sup> Kritikken kom til tross for at appen i både form og innhold ligner på minnestedets tradisjonelle formidlingspraksiser og ble utviklet med klare intensjoner om å være et læringsverktøy. Kansteiner setter kritikken i sammenheng med at digital minnekultur om Holocaust fortsatt henger fast i et analogt verdensbilde og er i utakt med den digitale samtidskulturen for øvrig.<sup>21</sup> For å tilfredsstille forventningene til både historikere, museumsansatte og besøkende er det altså ikke overraskende at nye digitale formidlingsverktøy ved KZ-minnesterer reproducerer veletablerte former og praksiser i større grad enn hva som er tilfelle ved mange andre historiske steder og museer.

Kansteiners påstand om at minnekulturen om Holocaust henger igjen i et «analogt normsett», er et ekko av litteraturviteren N. Katherine Hayles' sentrale tese om at det i overgangen til en digital kultur fremdeles er trykkekulturens medier og sjangerkonvensjoner som preger lesernes eller brukernes forventninger til nye formidlingsformer.<sup>22</sup> En bruker som deler den kulturelle forestillingen om steder autenticitet, og som har en viss kjennskap til KZ-minnesterets formidlingsformer, vil gjenkjenne appen *Falstad digital rekonstruksjon* som en del av en formidlingstradisjon han eller hun forventer å møte. Applikasjonen kan dermed ses som et eksempel på digitale medier som i stor grad gjentar tradisjonelle analoge praksiser. De rekonstruerte virtuelle 3D-modellene av fangeleirens topografi og arkitektur er en digital variant av medietyper som har hatt som funksjon å visualisere stedet «slik det var», mens de digitaliserte klippene fra videointervjuer med tidligere fanger kan knyttes til tidsvitnefortellingen. Til tross for

---

20 Kansteiner 2018: 124. Kansteiner nevner spesifikt en tysk-jødisk journalist og «some people inside the the memorial site administration».

21 Kansteiner 2018. Det er verdt å påpeke at Kansteiner skiller mellom en «offisiell» og en «uoffisiell» minnekultur for Holocaust. Store museer, minnesterer og interesseorganisasjoner (som for eksempel International Holocaust Remembrance Alliance, IHRA) preger den offisielle kulturen, men samtidig eksisterer det en mer dynamisk og uregulert digital minnekultur, hvor kreativiteten har andre og åpnere rammer.

22 Hayles 2008: 4.

at formidlingsverktøyet er tro mot tradisjonen, muliggjør de digitale teknologiene ikke desto mindre omforminger av de kjente forgjengerne. Omformingen har konsekvenser for hvordan historien formidles, og slik også for hvordan brukerne opplever og forstår historien og stedet.

## «Sånn Google Street View blanda med en tidsmaskin»: brukernes perspektiver

Norske minnesteder etter andre verdenskrig er ikke gjenstand for de samme normative føringene som tyske KZ-minnesteder.<sup>23</sup> I forbindelse med lanseringen av *Falstad digital rekonstruksjon* kunne vi likevel spore en noe avventende holdning, både i kollegiet ved senteret og innenfor nettverket av minnesteder som Falstad er del av. Forbeholdet syntes å være knyttet både til medietypen og til det man anså som et brudd med verdifulle sjangerkonvensjoner. Ville fascinasjon for den nye teknologien stille seg i veien for og ta oppmerksomheten bort ifra den kritiske meningsskapingen og læringen som senteret ønsker å legge til rette for? For å komme nærmere et svar på hvordan brukerne opplever og forstår det historiske stedet gjennom det lokative digitale formidlingsverktøyet, gjennomførte vi høsten 2019 en brukerundersøkelse med studenter som besøkte Falstadsenteret innenfor rammene av et introduksjonskurs i kulturminneforvaltning.<sup>24</sup> Undersøkelsen ga anledning til å drøfte appen som kilde til opplevelse, forståelse og læring i

---

23 I Norge har ikke lanseringen av nye digitale formidlingsverktøy om nazistenes fangeleirer fremkalt samme grad av reaksjoner som i Tyskland. I tillegg til Falstadsenterets app har av Kulturtanken og Grini-museet (Museene i Akershus) lansert en digital rekonstruksjon av Grini fangeleir for VR-briller. Per 2021 er museet i gang med å utvikle verktøyet videre, med en rollespillaktig VR-opplevelse.

24 Deltakerne var helt eller relativt ferske studenter i kulturminneforvaltning og arkeologi ved NTNU. De kan antas å være over gjennomsnittlig interessert i historie og spørsmål knyttet til bevaring og formidling av kulturarv, men uten inngående fagkunnskaper eller forhåndskunnskap om Falstadsenteret. De var også unge mennesker som er godt kjent med og vant til å bruke digitale medier.



det dynamiske samspillet mellom kulturelle forestillinger om stedets autenticitet, KZ-minnestedets formidlingstradisjoner og de besøken- des medieerfaringer.

Studentene besøkte først Falstadsenteret hvor de fikk bruke det digi- tale verktøyet sammen i grupper på tre og fire. En uke senere deltok de i fokusgruppeintervjuer hvor de ble oppmuntret til å beskrive og reflektere over sin opplevelse, og i tillegg å evaluere det digitale verktøyet som medium.<sup>25</sup> I sine beskrivelser av appen som medium sammenlignet våre informanter den med en rekke ulike medietyper. De pekte på likheter med guidebøker og dokumentarfilmer, og fremfor alt med andre digitale medier som interaktive kart og dataspill. Alle informantene mente at formidlingsverktøyet var enkelt å bruke. Men selv om de mestret appens funksjoner, viste samtalene tydelig at appen ikke lot seg plassere entydig blant medietyper de kjente fra før. Måtene de kunne bruke den på, samsvarte heller ikke helt med deres forventninger. En av informantene beskrev appen slik: «Jeg vet ikke, sånn Google Street View blanda med en tidsmaskin, hvis du forstår hva jeg mener?»<sup>26</sup> Utsagnet rommer to perspektiver fra intervjuene som viser hvordan *Falstad digital rekon- struksjon* muliggjør ulike opplevelser av og tilnærminger til stedet og historien: For det første refleksjoner om appens spill-lignende trekk og møtet mellom egne «populærkulturelle» medievaner og KZ-minneste- dets sjangerkonvensjoner. For det andre betraktninger rundt appen som inngang til opplevelser av både nærhet og avstand til historien.

Unge mennesker er i dag en del av en «spillifisert» medievirkelig- het der bruk av spillelementer i ikke-spill-sammenhenger har blitt

---

25 I alt deltok 44 studenter i selve utprøvingen, og 26 av dem deltok i de etterfølgende fokusgruppeintervjuene som utgjør datagrunnlaget her. Intervjuene ble gjennom- ført som semistrukturerte samtaler hvor målet var å få fram ulike synspunkter på tema som er sentrale i forskningsprosjektet: opplevelser av tid og sted, autenticitet, mediespesifisitet, interaksjon og etiske vurderinger knyttet til digital historieformid- ling. For en grundigere beskrivelse og analyse av denne brukerundersøkelsen, se Müller & Hjorth 2021.

26 Sitat fra datamaterialet, informant nr. 20.

mer og mer vanlig.<sup>27</sup> Denne generelle medieerfaringen ligger til grunn for deres møte med digitale formidlingsverktøy på historiske steder. *Falstad digital rekonstruksjon* er ikke designet som et spill der brukerne skal oppnå et bestemt mål eller utføre et oppdrag. Det finnes ingen spilleregler, ingen motspillere og ingen belønninger du kan oppnå etter utførte handlinger. Flere av informantene i vår undersøkelse assosierte likevel appen med spill. De sammenlignet den med konkrete spill de hadde kjennskap til, og de fortalte at de hadde brukt den på en måte som lignet bruken av spill. De ga uttrykk for at appen inviterte til en nysgjerrighetsdrevet og aktiv utforskning av stedet gjennom muligheten til selv å velge tempo, retning og fokus. En slik måte å forholde seg til formidlingsverktøyet på kommer frem av denne samtalen mellom to informanter:

- Det var vel kanskje nesten litt sånn Pokémon Go-aktig og, for de som har spilt det da.
- Ja, det er ... man går rundt i landskapet og ...
- ... og trykker på punkter
- ... trykker på punkter og på en måte ... og du ser virkeligheten, og du ser noe ekstra i tillegg ...
- ... som ikke er der
- ... som ikke er der. Så bisarr blanding som det høres ut, mellom Pokémon Go og Google Map Street View.<sup>28</sup>

En annen informant forklarte at gruppen han hadde gått sammen med, bevisst valgte å bruke appen på en spill-lignende måte: «vi lagde nesten et spill ut av det, om å finne det som var på Falstad ... det var å se rundt og finne masse blåpunkter, se, høre, diskutere».<sup>29</sup> Målet de satte seg, var altså å «finne det som var på Falstad» og slik utforske det

---

27 Detering mfl. 2011: 10.

28 Sitat datamateriale, samtale mellom informant 25 og 26 (intervju 5).

29 Sitat datamateriale, informant 5 (intervju 2).

hybride rommet skapt av det digitale innholdet i appen og det fysiske landskapet. Slik aktiviserte brukerne både seg selv, det fysiske stedet og appen, og fant frem til et engasjement som dannet grunnlag for refleksjon og historielæring.

Ikke alle informantene verdsatte at appen ga dem assosiasjoner til spill. Noen av dem uttrykte tvert imot at lekende og spill-lignende tilnærminger til det digitale verktøyet, og derigjennom også til minnestedet, skapte følelser av ambivalens. En av dem forklarte:

det er ikke dumt å si at man blir nesten litt flau i ettertid når man ... og til og med under, å vite at dette her, det er folk som har dødd her, det er folk som var her mot sin vilje, og nå skal jeg gå rundt og nesten le litt for meg selv og bare: oi, se på det kule tårnet.<sup>30</sup>

Informantens flauhet kan forstås i lys av minnestedets tredelte funksjon om å fremme historielæring, bære vitnesbyrd om nazistenes folkemord og være en arena for å minnes og vise respekt for ofrene. Funksjonene legger både føringer og begrensninger for aktiviteten til besøkende. I dette tilfellet kan det tenkes at informantens forestillinger om hva som er passende oppførsel på stedet, kolliderte med hans erfaringer med spillmediet, som han knyttet til underholdning og lek. Opplevelsen av ambivalens fikk ham til å reflektere over sin egen reaksjon.<sup>31</sup> Og i forlengelsen av selvrefleksjonen inntok han et metaperspektiv på formidlings-situasjonen ved å spørre: Hva betyr dette stedet, dets historie, og hvordan angår det min egen tilstedeværelse her og nå?

Kulturarvsinstitusjoner reklamerer gjerne for at digitale formidlingsverktøy som benytter VR- og AR-teknologier, er tidsmaskiner som skal gjøre fortiden nærværende. Teknologiene skal muliggjøre en form for immersjon, det vil si en opplevelse av å bli «oppslukt» i en annen

---

30 Sitat datamateriale, informant 18 (intervju 4).

31 Kulturviteren Kyrre Kverndokk (2011) observerer lignende utslag av «dårlig samvit-tighet» over egen opptreden blant ungdommer på skoletur til Auschwitz.

virkelighet. De skal hjelpe oss å komme nær historien, gå inn i den og omslutes av den.<sup>32</sup> I vår undersøkelse fikk *Falstad digital rekonstruksjon* brukerne til å identifisere seg med fortidens hendelser. Men det lokative digitale formidlingsverktøyet hadde også en diametralt motsatt virkning: Bruken av appen tydeliggjorde for informantene forskjeller mellom fortid og nåtid. Det andre perspektivet fra vårt datamateriale som vi vil trekke frem, knytter seg til appen som inngang til opplevelser av både avstand og nærhet til historien.

Informantene ga uttrykk for at de på forhånd hadde forventninger om at det digitale verktøyet skulle hjelpe dem med å komme nær stedets historie. Men de virtuelle 3D-rekonstruksjonene av leiren tilfredstilte ikke forventningene. Noen informanter savnet «virkelighetseffekter»: De etterlyste flere arkitektoniske detaljer (for eksempel interiører) i bygningene og virtuelle mennesker som de kunne interagere med. VR- og AR-visualiseringene av fangeleiren bidro i liten grad til å gi disse brukerne en illusjon av å reise tilbake i tid, de hadde snarere motsatt effekt. En informant beskrev det slik:

Jeg følte det var masse ... det er så mye mer der som man går glipp av, tråkke på gresset og ja, bare om det var gjørmete der eller, sånne små ting, du kan ikke rekonstruere det liksom, men bildene og animasjoner kan være mer detaljerte og sånn. Man blir veldig obs på at det er bare en animasjon.<sup>33</sup>

Bevisstheten om at det «er bare en animasjon», forhindret denne informanten fra å oppleve kontakt med fortiden. I stedet gjorde

---

32 Falstadsenteret 2021. Grinimuseet promoterer sin nye VR-opplevelse med invitasjonen: «Reis tilbake i tid og opplev Grini fangeleir» (Grinimuseet 2020). Fortidsminneforeningen fremmer sin digitale rekonstruksjon på lignende vis: «Reis virtuelt til Tautra klosterkirke – anno 1250!» (Fortidsminneforeningen 2020). Tidvis AS' digitale opplevelse *Oslo Havn 1789* åpnes ved å trykke på knappen «Start tidsreisen» (Oslo havn 1798 u.å.).

33 Informant nr. 1.

formidlingsverktøyet at hun ble oppmerksom på avstanden mellom hennes eget her og nå og de historiske hendelsene i fortiden.

Flere informanter reflekterte over at *Falstad digital rekonstruksjon* fikk dem til å rette fokus mot den tidsmessige avstanden mellom stedet som fangeleir og stedet som minnested. En sa: «det minte meg på at det var en forskjell mellom Falstad her nå og Falstad da. Det var liksom en påminnelse om at det ikke lengre er samme sted».<sup>34</sup> Appen fikk dem til å sammenligne, og avstanden ble forsterket da de oppdaget uoverensstemmelser mellom det virtuelle og det fysiske rommet de bevegde seg i. Også formidlingsverktøyets materialitet bidro til å forsterke opplevelsen av avstand mellom den virtuelle virkeligheten på skjermen og den fysiske virkeligheten utenfor skjermen. Nettbrettet var stort og tungt å bære med seg, kalibreringen fungerte ikke alltid som den skulle, eller batteriene gikk tomme og tvang brukeren til å stoppe opp for å lade på nytt. Den digitale teknologien ble slik ingen sanseforlengelse, men krevde tvert imot brukerens oppmerksomhet.

De virtuelle rekonstruksjonene av leiren vekket ikke informantenes følelser og innlevelse. Det gjorde derimot det de opplevde som autentisk historisk kildemateriale i arkivpakkene. Især bidro tidsvitnefortellingene til en følelse av nærhet til historien: «Det som fikk meg til å føle at jeg var nærere [var] ikke selve 3D-rekonstruksjonene, nei, men de menneskene som på en måte fortalte om sine opplevelser.»<sup>35</sup> Utsagnet indikerer at appen inviterer til identifikasjon og nærhet ved å gjenta en veletablert analog formidlingsform ved KZ-minnesteder. Datamaterialet viser imidlertid at opplevelsen av nærhet til fortidens mennesker ikke ble skapt av tidsvitnefortellingen alene, men oppsto i situasjoner der uforutsette fysiske faktorer som vær, støy og bevegelser i omgivelsene kom til å virke sammen med det digitale medieinnholdet. En informant beskrev hvordan appen gjorde henne mer oppmerksom på sin egen tilstedeværelse på et historisk betydningsfullt sted:

---

34 Sitat datamateriale, informant nr. 2.

35 Informant nr. 25.

Dette her og nå-et da, hvor skillet mellom da og nå bare forsvinner litt, fordi spesielt når du hører eller leser, og så hører du dine egne føtter som går på grusen, eller bare vind i ansiktet eller ... Og så plutselig så føles det litt ut som om man er der, eller man var der og. At man ... Det er sånne ting som lukt eller akustikk og, og jeg vet at ting har jo endret seg mye, men samtidig så ... Jeg fikk i hvert fall litt frysninger når jeg hørte på et lydklipp og så kom det et sånt lite vindkast som gjorde at masse blader for ned fra treet. Jeg er kanskje en litt sånn, jeg vet ikke, litt sentimental person, men jeg fikk veldig frysninger av det da, å vite at akkurat her, der jeg står nå, så skjedde akkurat det jeg blir fortalt om. Og da oppleves det som utrolig nært.<sup>36</sup>

Informanten skildret hva som skjedde idet hun, etter å ha sammenlignet det nåtidige fysiske landskapet med de virtuelle 3D-modellene, lyttet til et tidsvitne fortelle om hendelser i leiren. Tidsvitnets stemme og fortelling skjerpet hennes eget kroppslige nærvær og følsomhet rettet mot det fysiske stedet her og nå. Hun satte ord på en opplevelse av samtidighet med eller kobling til fortiden som var utløst av konvergen- sen mellom det multimediale innholdet i det digitale verktøyet og det fysiske stedet. Hun fortolket sine egne sanseinntrykk av stedet (vær- forhold, syns- og lydinntrykk i landskapet) som betydningsskapende, og slik levde hun seg inn i og gjorde seg selv til en del av fortellingen om Falstad. I dette tilfellet muliggjorde altså det lokative digitale for- midlingsverktøyet en annen slags opplevelse av nærhet til historiske personer enn hva den analoge tidsvitnefortellingen i seg selv kunne bidra til. Nærheten synes å ha blitt skapt av at møtet med tidsvitnefor- tellingen fant sted utendørs i de samme omgivelsene som fortellingen handlet om, at det skjedde etter at informanten hadde reflektert over

---

36 Sitat datamateriale, informant nr. 6. To informanter fortalte uavhengig av hverandre om å ha fått «frysninger» i det øyeblikket der innholdet i appen korrelerte med egne sanseerfaringer på det fysiske stedet. I begge tilfellene oppsto denne koblingen gjennom å lytte til et tidsvitnes stemme.

det virtuelt rekonstruerte leirlandskapet, og av at lyden av tidsvitnets stemme flettet seg sammen med sanseintrykk fra det fysiske landskapet. Begge deler kan forstås som en effekt av det bærbare og lokative formidlingsverktøyets mediespesifikke egenskaper som åpner for opplevelser av historiske steder som «hybride rom».<sup>37</sup>

## Multimodale møter med stedet og historien

Lokative digitale formidlingsverktøy er multimediale og multimodale. De rommer flere uttrykksformer og bruksmåter. Brukerundersøkelsen vår viser at *Falstad digital rekonstruksjon* virker på flere måter: Appen inviterer for det første til en utforskende og lekende tilnærming, og fungerer slik som et «spillmedium». For det andre innbyr den til følelsesmessig innlevelse i historiske personer. På den måten fungerer den som et «nærhetsmedium» som bringer fortiden nær. Samtidig – og for det tredje – setter appens virtuelle rekonstruerte 3D-modeller og nettbrettets materialitet grenser for en innlevelsesorientert bruksmåte. Appen leder oppmerksomheten mot selve formidlingssituasjonen: Det digitale verktøyet og brukerens egen forankring i nåtiden. Brukeren inviteres til et kritisk og komparativt perspektiv, til å sammenligne og reflektere over at historien på skjermen er formet og mediert – og at den er forskjellig fra nåtidsvirkeligheten. Dermed er appen også et «avstandsmedium». De tre virkningsmåtene gir ulike opplevelser og forståelser av stedet og historien.

Spillelementer i digitale verktøy kan vekke engasjement og aktivisere brukere, og på denne måten legge grunnlag for refleksjon og læring. Dette gjelder også for *Falstad digital rekonstruksjon*, men her bidrar samtidig spilltrekkene til å skape usikkerhet om mediets egen status: Brukerne gjenkjenner og opplever appen som et spill som ikke er et spill. At appen ikke helt passer inn i en kjent mediekategori, gjør

---

37 Jf. Farman 2012: 39; Farman 2014: 529.

det vanskeligere for brukerne å innta en automatisert brukerposisjon. Dermed blir de bevisste på – og oppmerksomheten deres rettes mot – selve medieringssituasjonen. En annen side ved dette er at spilltrekkene i *Falstad digital rekonstruksjon* kan sies å aktivere en måte å bruke mediet på som kolliderer med KZ-minnsteders formidlingstradisjon. Flere informanter reflekterte over at en «lekende» tilnærming til stedets historie var problematisk. Refleksjonene viste en bevissthet både om hva slags historie som er knyttet til stedet, om at besøkende har en slags etisk forpliktelse i møte med KZ-minnstedets traumatiske historie, og om at historien angår deres egen aktivitet og oppførsel her og nå. I lys av den avanserte refleksjonen omkring appens spilltrekk kan man spørre seg om KZ-minnsteders avventende holdning til nye medier ikke tar høyde for mediekompetansen og evnen til å tåle ambivalens og flertydighet hos besøkende på kulturarvssteder.<sup>38</sup> Man kan også lure på om brukere ville inntatt den samme refleksive posisjonen dersom appen var blitt brukt *ex situ*, det vil si uten den lokative forankringen. Da ville kanskje ikke KZ-minnstedets tradisjoner og normer vært en like påtrengende fortolkningsramme.

Teknologioptimistiske omtaler av digitale formidlingsverktøys verdi for museer og andre kulturarvsinstitusjoner fremhever gjerne potensialet som ligger i å anvende VR- og AR-teknologier for å komme nær fortiden.<sup>39</sup> Det er verdt å understreke at det var i møte med arkivpakene, og især tidsvitnefortellingen, at våre informanter opplevde en form for nærhet til historien. De inntok her en tilnærming til stoffet som kjennetegnes av følelsesmessig engasjement og innlevelse i en annens

---

38 Kidd 2019.

39 Den nyeste kulturmeldingen, *Kulturens kraft* (2018–2019), fremhevet for eksempel at Borgarsyssel museums formidlingsverktøy *Borgcraft* (som benytter seg av en læringsplattform basert på spillet *Minecraft* for å la publikum rekonstruere middelalderbyen Borg) kan «forsterke opplevelsen» og hjelpe oss å til å «gå inn i» et sted slik det var i fortiden, uten å utdype verdien AR og beslektede teknologier kan ha for kulturarvsfeltet (Kulturdepartementet 2019).



perspektiv.<sup>40</sup> En slik empatisk tilnærming er langt fra ny. Tvert imot vil besøkende med en viss kjennskap til KZ-minnsteder ha en forventning om å bli emosjonelt berørt av tidsvitners fortellinger.<sup>41</sup> Brukerundersøkelsen vår viser at *Falstad digital rekonstruksjon* innfrir denne forventningen.

I appen møter vi tidsvitnefortellingen som remediert videointervju. Videointervjuet er altså flyttet til et multimedialt formidlingsverktøy, der brukeren selv kan velge hvordan bildene av tidsvitnets ansikt og lyden av stemmen skal settes i sammenheng med resten av medieinnholdet på appen. Også den lokative forankringen har en remedieringseffekt: Brukeren møter fortellingen på stedet det fortelles om, og kan la sin sansning på minnestedet her og nå være målestokken som fortellingen oppleves, forstås og vurderes i henhold til. Brukerintervjuene tyder på at den kroppslige tilstedeværelsen i landskapet – og brukers bevissthet om denne – gir en ny dimensjon til opplevelsen av nærhet. Det lokative digitale verktøyet innbyr til en større grad av kroppslig interaktivitet enn tradisjonelle museale formidlingsformer. Tidsvitnefortellingen i appen bidrar til å aktivere stedet Falstad som minnemedium ved at brukeren fortolker det digitale medieinnholdet i sammenheng med det fysiske stedets «mediespesifikke kvaliteter» – som vær, luftforhold, utsyn, temperatur, lukt og så videre.

AR- og VR-visualiseringene av fangeleiren vakte ikke de samme sanselige opplevelsene. Brukerne sammenlignet dem med det fysiske stedet her og nå, og vektla at landskapet på skjermen (Falstad anno 1945) var vesensforskjellig fra landskapet utenfor skjermen (Falstad anno 2019). Den komparative øvelsen kan minne om kartlesing: Brukeren veksler mellom å orientere seg på skjermen og i terrenget, hele tiden med en bevissthet om at landskapet på skjermen er kvalitativt

---

40 Følelsesmessig innlevelse i fortidens personer med formål å forstå deres handlinger i lys av den historiske konteksten kalles i historiedidaktikken for «historisk empati». Se for eksempel Endacott & Brooks 2018: 209; Hatlen 2020: 147–161.

41 Se for eksempel Arnold-de Simine 2013 og Kverndokk 2011.

annerledes enn landskapet utenfor. Som avstandsmedium (eller kart) gir formidlingsverktøyet brukeren kunnskap av typen «her på gressplenen hvor jeg står nå, lå det en fangebrakke for 75 år siden». Det fremhever forskjeller mellom (det virtuelle) fortidsstedet og (det fysiske) nåtidsstedet. Igjen bidrar verktøyet til å aktivere stedet som minnemedium, men her ved å synliggjøre tidsavstanden mellom «nå» og «den gang».

Lokative digitale medier er egnet for å formidle at et sted er en like historisk og foranderlig størrelse som tid. Digital teknologi gir her noen nye muligheter sammenlignet med analoge visualiseringer av arkitektur og topografi. Virtuelle rekonstruksjoner fremstilt på et nettbrett medfører ingen fysiske inngrep i landskapet. Det lokative digitale formidlingsverktøyet forholder seg dermed på en annen måte til stedet enn rekonstruerte bygningselementer og skulpturelle 3D-modeller av leiranlegget. Etter vårt syn kan AR- og VR-teknologier derfor være verdifulle på historiske steder. Ikke fordi formidlingsverktøyene skal være «tidsmaskiner», men fordi teknologiene åpner for å la brukeren sammenligne hvordan et fortidig og et nåtidig landskap skapes i samspillet mellom ulike uttrykksformer og medietyper. Sammenligningen inviterer brukeren til å innta et reflektert forhold til tid – til å tenke over hva historie er, og over sin egen rolle i historien. Slik kan teknologiene bidra til å fremme historiebevissthet.<sup>42</sup> Brukerundersøkelsen vår viste at AR- og VR-teknologier i seg selv har begrenset verdi som verktøy for historieformidling. De virtuelle rekonstruksjonenes refleksive betydning skapes i samspillet med geolokasjonsteknologi, med formidlingstradisjonens normer og med verktøyets øvrige mangfoldige medieinnhold.

Vår analyse viser hvordan informantene setter ord på tre ulike former for nærvær på «stedet der noe har hendt», for å bruke Anne Eriksens ovenfor siterte formulering om historieformidling *in situ*.<sup>43</sup> Funnene våre kan slik utdype og nyansere forståelsen av hva det vil si å være på et historisk sted. *Falstad digital rekonstruksjons* tre ulike virkningsmåter

---

42 For en klassisk definisjon av historiebevissthet se Jeismann 1997.

43 Eriksen 1999: 49.

– som spillmedium, nærhetsmedium og avstandsmedium – henger uløselig sammen med formidlingsverktøyets mediespesifikke kvaliteter: At det er multimedialt og multimodalt, og at det er lokativt – forankret i det fysiske stedet som det brukes på. Appens multimediale og multimodale form bidrar til at de tre virkningsmåtene ikke er fikserte. Å «lese» et virtuelt rekonstruert arkitektonisk landskap er noe annet enn å lytte til et tidsvitnes stemme. Informantene skildrer hvordan de veksler mellom ulike typer medieinnhold og ulike bruksmåter, og mellom det fysiske og det virtuelle landskapet. Vekslingen er helt sentral i *Falstad digital rekonstruksjon*, som både estetisk og metodisk prinsipp. Det er nettopp i dynamiske og kontinuerlige vekslinger mellom medietyper og bruksmåter, og mellom landskap og skjerm, at brukernes meningsskapning skjer og potensialet for ny forståelse av det historiske stedet oppstår.

## Det medierte minnestedet

Lokative digitale formidlingsverktøy erstatter ikke andre former for formidling på historiske steder, men de kan tilføre nye meningslag til opplevelsen, forståelsen og læringen som foregår på stedene. Vår undersøkelse har vist hvordan et slikt verktøy kan hjelpe oss til å møte det historiske stedet (i vårt tilfelle et KZ-minnested) med en refleksiv bevissthet om at både stedet og historien er formgitt og mediert. Alle brukerne i undersøkelsen syntes å enes om én ting – nemlig at appen ikke fullt ut lar seg beskrive, verken ut fra KZ-minnestedets formidlings-tradisjoner eller den digitale kulturens etablerte sjangrer og medietyper. I diskusjonene lette de etter ord for opplevelser som ikke helt passet overens med deres forventninger. Både det digitale verktøyets og det fysiske stedets mediedimensjon påkalte deres oppmerksomhet. Det synes som om bevisstheten om minnestedet som mediert bidro til å fremme undring om sammenhenger mellom den virtuelle og den fysiske virkeligheten, mellom fortid og nåtid, og mellom historien og egen tilstedeværelse.

Informantenes produktive leting etter dekkende beskrivelser vitner imidlertid også om at vi mangler et språk for å beskrive og forstå nye digitale formidlingsverktøy. I vår analyse tyr vi til begreper som «arkivpakker» for å karakterisere en fremstillingsform i *Falstad digital rekonstruksjon*. Begrepet er misvisende. Det får ikke frem hvordan form og mediespesifisitet er betydningsskapende og uløselig knyttet til meningsinnholdet. Informantenes og våre egne famlende beskrivelser speiler en tendens i museumsfeltets omgang med digital formidling generelt. Den henger sammen med at variasjonene innen digitale museale formidlingsformer er store: I de mangfoldige og hybride formene som digitale utstillinger presenterer seg i, går spennet fra virtuelle omvisninger i eksisterende analoge utstillinger, via virtuelle konstruksjoner av utstillingsrom og kuraterte digitale utstillinger som overfører tidligere analoge utstillinger til digitalt format, til «digitalt fødte» utstillinger i nettbaserte museer. Mens utstillingsanalyse myntet på analoge utstillinger i de siste årene har blitt et stadig mer teoretisk og metodisk komplekst fagfelt, er typologiene for digitale formidlingsverktøy og -utstillinger ennå ikke etablert.<sup>44</sup> Jo flere nye digitale formidlingsverktøy som utvikles, desto større blir behovet for et felles og mer finmasket vokabular som kan hjelpe oss med å evaluere og vurdere verktøyenes egenskaper, funksjoner og eventuelle verdier i meningsskapingsprosesser.

Denne artikkelen har studert ett spesifikt lokativt digitalt formidlingsverktøy laget for bruk på et KZ-minnsted. Vi har ønsket å belyse hvordan verktøyet bygger på og må forstås i lys av KZ-minnstedets formidlingstradisjoner, -former og -normer. Med bakgrunn i en brukerundersøkelse har vi også rettet oppmerksomhet mot en annen dimensjon som har avgjørende betydning for hvordan minnstedet og historien oppleves og forstås gjennom det digitale formidlingsverktøyet

---

44 Jf. Liestøl 2019. I en historisk gjennomgang av digital kulturpolitikk i Norge viser både Gran (2014) og Hylland (2020) at formidlingsaspektet er lite utviklet. Ingen av dem tematiserer imidlertid det manglende søkelyset på formidling.

- nemlig samtidens mediekultur og brukernes medieerfaringer. Tilnæringsmåten og funnene våre er forhåpentlig ikke forbeholdt det ene tilfellet vi har studert. Vi håper artikkelen kan tjene tre formål: At den kan belyse andre digitale, analoge og hybride formidlingspraksiser på historiske steder og -museer. At den er et steg på veien mot et mer nyansert vokabular for å beskrive nye formidlingsformer og -praksiser innenfor museums- og kulturarvssektoren. Og endelig at den kan fungere som et kunnskapsgrunnlag for utviklingen av nye digitale formidlingsverktøy i fremtiden.

## Litteratur- og kildeliste

- Arnold-de Simine, S. (2013). *Mediating Memory in the Museum: Trauma, Empathy, Nostalgia*. Palgrave Macmillian.
- Assmann, A. (2009). *Erinnerungsräume: Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses*. C.H. Beck.
- Bilandzic, M. & Foth, M. (2012). A review of locative media, mobile and embodied spatial interaction. *International Journal of Human-Computer Studies*, 70(1), 66–71. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2011.08.004>
- Billib, S. & Unger, K. (2016). Man sieht hier ja gar nichts. *Lernen aus der Geschichte (LaG-Magazin)*, 6, 22–25.
- Blair, C., Dickinson, G. & Ott, B. (2010). Introduction. Rhetoric / Memory / Place. I G. Dickinson, C. Blair & B. Ott (red.), *Places of Public Memory: The Rhetoric of Museums and Memorials* (s. 1–54). University of Alabama Press.
- Detering, S., Khaled, R., Nacke, L.E. & Dixon, D. (2011). Gamification: Toward a Definition. *CHI, Gamification Workshop Proceedings*, 12, 1–79. Vancouver, BC, Canada.
- Drecoll, A., Schaarschmidt, T. & Zünddorf, I. (red.) (2019). *Authentizität als Kapital historischer Orte? Die Sehnsucht nach dem unmittelbaren Erleben von Geschichte*. Wallstein Verlag.

- Endacott, J. & Brooks, S. (2018). Historical Empathy: Perspectives and Responding to the Past. I S.A. Metzger, A. Scott, H. McArthur & L. Harris (red.), *The Wiley International Handbook of History Teaching and Learning* (s. 203–225). Wiley-Blackwell.
- Eriksen, A. (1999). *Historie, minne og myte*. Pax.
- Eriksen, A. (2009). *Museum. En kulturhistorie*. Pax.
- Falstadsenteret (2021). *Digital rekonstruksjon*. <https://falstadsenteret.no/hva-skjer/exhibition/digital-rekonstruksjon>
- Farman, J. (2014). Storytelling with Mobile Media. Exploring the Intersection of Site Specificity, Content, and Materiality. I G. Goggin & L. Hjorth (red.), *The Routledge Companion to Mobile Media* (s. 528–537). Routledge.
- Farman, J. (2012). *Mobile Interface Theory: Embodied Space and Locative Media*. Routledge.
- Fortidsminneforeningen (2020, 2. oktober). Reis virtuelt til Tautra klosterkirke – anno 1250! <https://fortidsminneforeningen.no/aktuelt/reis-virtuelt-til-tautra-klosterkirke-anno-1250>
- Galani, A. & Kidd, J. (2019). Evaluation Digital Cultural Heritage «In the Wild»: The Case for Reflexivity. *ACM Journal on Computing and Cultural Heritage*, 12(1), 1–15.
- Gran, A.-B. (2014). Digitale tider i kulturlivet. Om digitalt kulturforbruk, kulturpolitikk og kulturelle etterslep. *Sosiologi i dag*, 44(1), 13–38. <https://ojs.novus.no/index.php/SID/article/view/1120>
- Grinimuseet (2020, 29. oktober). Reis tilbake i tid og opplev Grini fangeleir [statusoppdatering]. Facebook. <https://www.facebook.com/grinimuseet/posts/pfbid02MwH1bQjkJioKCqtfdxvm18xnaytHpyVNtg5UciiquqSPBLrbsD6m7zBjUpnrTGBI>
- Hatlen, J.F. (2020). *Historikerens kode. Veien til historisk forståelse*. Universitetsforlaget.
- Hayles, N.K. (2008). *Electronic Literature. New Horizons for the Literary*. University of Notre Dame Press.

- Hylland, O.M. (2020). Digital kulturpolitikk. Om en langsom utvikling på et politikkområde. *Norsk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(1), 29–47. <https://doi.org/10.18261/issn.2000-8325/-2020-01-03>
- Jeismann, K.E. (1997). Geschichtsbewusstsein – Theorie. I K. Bergmann, K. Fröhlich, A. Kuhn, J. Rüsen & G. Schneider (red.), *Handbuch der Geschichtsdidaktik* (s. 42–44). Kallmeyer'sche Verlagsbuchhandlung.
- Jong, S. (2018). *The Witness as Object: Video Testimony in Memorial Museums*. Berghahn Books.
- Kansteiner, W. (2018). The Holocaust in the 21<sup>st</sup> Century – Digital anxiety, transnational cosmopolitanism, and never again genocide without memory. I A. Hoskins (red.), *Digital Memory Studies: Media Past in Transition* (s. 110–140). Routledge.
- Kidd, J. (2019). With New Eyes I See: Embodiment, Empathy and Silence in Digital Heritage Interpretation. *International Journal of Heritage Studies*, 27(1), 54–66. <https://doi.org/10.1080/13527258.2017.1341946>
- Kinstler, L. (2017, 17. februar). Virtual Atrocities. *Real Life*. <https://reallifemag.com/virtual-atrocities/>
- Kulturdepartementet (2019). Meld. St. 8 (2018–2019). *Kulturens kraft*. <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/meld.-st.-8-20182019/id2620206/?ch=1>
- Kverndokk, K. (2011). «Eg veit eg burde grine, alle dei andre grin jo». På skoletur til Auschwitz. I C. Lenz & T.R. Nilssen (red.), *Fortiden i nåtiden: Nye veier i formidlingen av andre verdenskrigs historie* (s. 145–162). Universitetsforlaget.
- Leorke, D. (2014). Location-based gaming apps and the commercialization of locative media. I A. Souza e Silva & M. Sheller (red.), *Mobility and Locative Media: Mobile Communication in Hybrid Spaces* (s. 132–148). Routledge.
- Liestøl, G. (2019). Augmented Reality Storytelling Narrative Design and Reconstruction of a Historical Event *in situ*. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 13(12), 196–209. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i12.11560>
- Liu, Y. (2020). Evaluating visitor experience of digital interpretation and presentation technologies at cultural heritage sites: A case study of the

- old town, Zuoying. *Built Heritage*, 4(14), 1–15. <https://doi.org/10.1186/s43238-020-00016-4>
- Morsch, G. (1996). *Von Erinnerung zu Monument*. Metropol.
- Morsch, G. (2014). Die Transformation der historischen Orte. I G. Hammermann & D. Riedel (red.), *Sanierung – Konstruktion – Neugestaltung: Zum Umgang mit historischen Bauten in Gedenkstätten* (s. 74–95). Wallstein.
- Müller, I. & Hjorth, I. (2021). «Du ser noe som faktisk ikke er der lenger»: Meningsskaping gjennom bruk av et digitalt verktøy på et historisk sted. *Norsk museumstidsskrift*, 7(2), 57–68. <https://doi.org/10.18261/issn.2464-2525-2021-02-02>
- Novick, P. (1999). *The Holocaust in American Life*. Houghton Mifflin.
- Oslo havn 1798 (u.å.). *Oslo havn 1798*. Hentet 28. juni 2022 fra <https://oslohavn1798.no/>
- Pacheco, D., Wierenga, S., Omedas, P., Knoch, H. & Verschure, P. (2014). Spatializing experience: A framework for the geolocalization, visualization and exploration of historical data using VR/AR technologies. *VRIC'14, Proceedings of the 2014 Virtual Reality International Conference*. <https://doi.org/10.1145/2617841.2617842>
- Riedel, D. (2014). Einleitung. I G. Hammermann & D. Riedel (red.), *Sanierung – Konstruktion – Neugestaltung: Zum Umgang mit historischen Bauten in Gedenkstätten* (s. 7–18). Wallstein.
- Storeide, A.H. (2011). «Han vet at det er sant, for han har vært der» – tidsvitner som historieformidlere. I C. Lenz & T.R. Nilsen (red.), *Fortiden i nåtiden: nye veier i formidlingen av andre verdenskrigs historie* (s. 105–122). Universitetsforlaget.
- Sznaider, N. (2003). The Americanization of Memory: The Case of the Holocaust. I U. Beck, N. Schnaider & R. Winter (red.), *Global America? The Cultural Consequences of Globalization* (s. 174–188). Liverpool University Press.
- Walden, V.G. (2019). What is «virtual Holocaust memory»? *Memory Studies*. <https://doi.org/10.1177/1750698019888712>
- Young, J.E. (1993). *The Texture of Memory: Holocaust Memorials and Meaning*. Yale University Press.



# Mediating



# Instagram og uavhengige klesdesigneres medieringspraksiser

Synne Skjulstad og Ida Eritslund

Digitale publiseringsplattformer har bidratt til å endre hvordan klesdesignere presenterer arbeidet sitt i offentligheten. Bildedelingsplattformen Instagram spiller i dag en viktig rolle i både markedsføring, reklame og merkevarebygging, i formidlingen av fysiske motevisninger og arrangementer, og i posisjonering i motefeltets faglige og smaks-messige fellesskap. Ifølge medieforskerne José van Dijck, Thomas Poell og Martin de Waal leverer plattformer som Instagram en digital programmerbar arkitektur som organiserer interaksjonen mellom brukerne. Plattformen utgjør både en estetisk kommunikasjonsflate og en datadrevet nettverkbasert infrastruktur.<sup>1</sup> Instagram inngår i medie-økosystemer som omfatter mobiltelefoner, nettsider og en rekke andre medieflater, også ikke-digitale, for eksempel printpublikasjoner.<sup>2</sup>

---

1 van Dijck, Poell & de Waal 2018.

2 Leaver, Highfield & Abidin 2019; de Perthuis 2016.

Takket være Instagram har påvirkere, ofte omtalt som «influensere», kunnet innta nye, profesjonelle roller i motefeltet. Gjennom å fange og holde på oppmerksomheten til sine følgere påvirker de potensielt deres oppfatninger og handlinger.<sup>3</sup> I moteforskningen og i medievitenskapen vies influensernes roller, praksiser, kultur og mediering stor oppmerksomhet. Samtidig vet vi lite om hvilken rolle Instagram spiller i uavhengige designeres profesjonelle praksis, hvordan bruken av plattformen inkorporeres i deres yrkesutøvelse, og hva dette betyr for designerrollen og for vår forståelse av motefotografiet på Instagram.

Instagram er en av de medieplattformene som uavhengige og kunstnerisk ledende norske klesdesignere bruker mest i sitt virke.<sup>4</sup> Denne artikkelen drøfter plattformens rolle i arbeidet til denne gruppen designere. Ved å ta utgangspunkt i designernes profesjonelle erfaringer med plattformen, slik de formidler dem i intervjuer vi har gjennomført med dem, belyser vi hvordan designerne legger til rette for medierte fremstillinger av arbeidet sitt på Instagram, og hvordan Instagram bidrar til å restrukturere designpraksisene deres. Vi drøfter den digitale medieringens temporalitet, hvordan materielle praksiser i designernes hverdag leverer forutsetninger for den digitale medieringen, og hvordan denne dynamikken bidrar til å utvide designerrollen og motefeltet.

## Metodisk tilnærming og avgrensinger

I det følgende behandler vi først artikkelens tverrfaglige teoretiske forankring. For å kunne behandle designernes arbeid som et praksisfelt hvor mediering av design spiller en viktig rolle, posisjonerer vi oss i et skjæringspunkt mellom motestudier (*fashion studies*), medievitenskap og designforskning. Dette lar oss studere de visuelle fremstillingene av designerens kunstneriske prosjekt og arbeid innenfor rammene av

---

3 Cotter 2019.

4 Andre medieplattformer slik som Facebook, Twitter og TikTok spiller mindre rolle i designernes arbeid og blir derfor ikke diskutert i denne artikkelen.

det vi kaller en estetisk økonomi. Etter dette behandler vi fire tema som har kommet frem i intervjuene med designerne: 1) hvordan designernes medieringspraksiser påvirkes av de ulike temporalitetene i motefeltet og i Instagrams publiseringskultur; 2) hvilken rolle designernes mediering spiller i deres posisjonering i en kritisk motekultur; 3) hvordan Instagram virker inn på motefotografiets estetikk og muliggjør at designernes arbeid sirkulerer i den digitale sfæren, og 4) hvordan den digitale medieringen forutsetter materielle praksiser og logistikk som medfører risiko for designeren, men som ikke er synlig for designerens publikum.

Vi har i tidligere studier vist hvordan moten, for å stimulere til publikumsaktivitet, sirkulerer i ulike mediekontekster gjennom motehusenes og designeres bruk av digitale medieplattformer.<sup>5</sup> I studier av mote- og kunstfotografiet i møte med Instagrams retningslinjer og dets distribusjon på mobilskjermer har vi vist at plattformens teknokulturelle betingelser påvirker motefotografiets estetiske uttrykk.<sup>6</sup> For eksempel tas den digitale kulturens polariserende mekanismer opp i motefotografiet og behandles som en estetisk impuls.<sup>7</sup> I denne artikkelen retter vi blikket mot designerne og deres egne erfaringer med Instagram fordi disse erfaringene er viktige kilder til å forstå moten som kunstnerisk praksisfelt i den digitale medievirkeligheten.

Vårt utgangspunkt er elleve designere innkjøpt av Nasjonalmuseet i deres nysatsning på samtidsmote. Designerne som er innkjøpt, arbeider med et bredt spekter av estetiske designuttrykk, og innkjøpet bekrefter deres viktige posisjon i det norske motefeltet. Vi har gjennomført semistrukturerte intervjuer med ti av designerne som takket ja til å delta i studien. Fordi dette er et lite felt i den norske motekonteksten, har vi anonymisert informantene våre. I denne artikkelen løfter vi frem et knippe tema vi mener tydelig fremtrer i intervjumaterialet.<sup>8</sup>

---

5 Skjulstad 2018a.

6 Skjulstad 2017.

7 Skjulstad 2021.

8 Andersen & Krumsvik 2017.

Fordi designerne i studien har svært ulike designuttrykk, og deres designpraksiser skiller seg fra hverandre på ulike måter, er det både likheter og forskjeller i deres opplevelser av plattformens relevans for deres praksis. Mens noen av designerne skaper kolleksjoner, arbeider andre mer løsrevet fra moteindustrien. Felles for deres designpraksiser er at de er kunstnerisk orienterte og i en norsk kontekst «smale». I arbeidet med artikkelen har vi også deltatt på visningsarenaer som Oslo Runway, og dessuten på utstillinger, forestillinger, «showroom» og på andre offentliggjøringer av designernes arbeid.

## Kritiske motepraksiser i en norsk kontekst

Denne studiens klesdesignere opererer i skjæringspunktet mellom klesdesign, kunsthåndverk og samtidskunst. Slik tverrfaglighet er ofte sentral i uavhengige motepraksiser hvor det er mange berøringspunkter med kunst- og kulturlivet for øvrig.<sup>9</sup> Designerens arbeid kan betegnes med det som i engelskspråklig moteforskning kalles «critical fashion practice». Ifølge moteforskerne Adam Geczy og Vicki Karaminas kan slike kritiske motepraksiser frembringe plagg og objekter som artikulerer politiske, sosiale og filosofiske kommentarer til samtiden.<sup>10</sup> Den kritiske tilnærmingen kommer også til uttrykk i motefotografiet. Selv om noen av designerne vi har intervjuet, selv produserer klær og tekstiler, og slik tangerer kunsthåndverkfeltet, har de sin profesjonelle identitet som klesdesignere, og de har formell utdanning i klesdesign.<sup>11</sup> De opererer i en norsk kontekst hvor klesdesignere fortrinnsvis oppfattes som enten å arbeide for kommersielle kjeder eller

---

9 Tuite & Horton 2019.

10 Geczy & Karaminas 2017.

11 Vi benytter «klesdesigner» selv om noen av informantene også produserer plaggene selv. Klesdesigner og designer brukes ellers synonymt. Noen av designernes arbeid kan også karakteriseres som kunsthåndverk uten at informantene identifiserer seg som kunsthåndverkere.

å arbeide med tekstilkunst.<sup>12</sup> Designerne praktiserer sine fag i «rommene» som befinner seg mellom moteindustrien og det frie kunstfeltet, og opplever å ikke helt høre hjemme i noen av disse feltene. For disse utøverne er Instagram en viktig publiseringskanal, og plattformen fungerer som en estetisk kommunikasjonsflate som både medierer de kunstneriske arbeidene deres, og som utvider designernes estetiske praksis til å omfatte ulike typer mediearbeid. Instagram spiller slik en viktig rolle for klesdesignernes formidling av eget uttrykk, for deres identitet og troverdighet i fremstillingen av hvordan de utøver sine fag, og dermed for deres posisjon som aktører på motefeltet.

Designerne i vår studie publiserer bilder og videoer på egne kontoer som bærer designerens merke eller designerens navn. Disse er som oftest forbeholdt klesdesignerens profesjonelle praksis. Fordi disse designernes arbeid er lite synlig i den brede norske moteoffentligheten, slik som i norske motemagasiner på papir og på nett, er publisering på Instagram viktig for at et norsk, men også et internasjonalt publikum skal kunne få tilgang til det. Instagram gir designerne muligheter til å overskride eksisterende faglige, institusjonelle og geografiske grenser.

## En tverrfaglig teoretisk tilnærming

Som akademisk fagfelt har motestudier sine historiske røtter i kunsthistorien, hvor problemstillinger knyttet til tema som kropp, identitet og kjønn har blitt utførlig behandlet.<sup>13</sup> Forskningsfeltet fashion studies vokste frem på nittitallet i kjølvannet av kulturstudier og studier av materiell kultur.<sup>14</sup> Med dette oppstod et eget forskningsfelt som nyttiggjør seg en tverrfaglig tilnærming for å forstå moten på dens egne

---

12 Øien & Zanon 2021.

13 Breward 1995.

14 Jenss 2016.

premisser, og som foreslår nye perspektiver på og andre metodiske tilnærminger til spørsmål knyttet til klær og de kulturelle, sosiale og materielle praksisene som kjennetegner moten.<sup>15</sup>

Som egen disiplin har klesdesign hatt lav status innenfor den bredere designforskningen ettersom klesdesign lenge var knyttet til håndverkstradisjoner og det som på engelsk betegnes som «dressmaking», snarere enn til det øvrige designfeltet.<sup>16</sup> Motens lave status i designforskningen kan nok også knyttes til at den er et kjønnet og historisk sett marginalisert akademisk felt.<sup>17</sup> I takt med at klesdesign i økende grad anerkjennes på linje med andre mer etablerte designdisipliner, blir designets betydning stadig oftere sett i lys av kontekstene de designede gjenstandene inngår i.<sup>18</sup>

De seneste årene har moteforskere begynt å se til medievitenskapen for å bedre forstå hvordan digitaliseringen av samfunnet endrer betingelsene og uttrykkene for mote.<sup>19</sup> Fordi Instagram er en svært utbredt visuelt orientert og bildedrevet plattform, har den fått en viktig rolle i motefeltet. Når motefeltet tar opp i seg og gjør bruk av nye medieteknologier, påvirker medieringen moten selv.<sup>20</sup> Moten sirkulerer på tvers av medieplattformer og inngår i medieøkologier på tvers av enkeltmedier, sjangre og kontekster.<sup>21</sup> Moten og motefotografiet reflekterer derfor også den digitale populærkulturens særtrekk og uttrykksformer.<sup>22</sup>

I artikkelen behandler vi designernes formidling av eget arbeid gjennom Instagram med referanse til begrepet *mediering* – et begrep som retter oppmerksomheten mot hvordan selve mediet påvirker det

---

15 Jenss 2016.

16 Chun 2018.

17 Jenss 2016.

18 Folkmann 2016.

19 Rocamora 2016.

20 Rocamora 2019.

21 Skjulstad & Morrison 2016.

22 Skjulstad 2021.



innholdet som mediet formidler. Begrepet baserer seg altså på en tanke om at ingen medier er nøytrale. For eksempel kan man argumentere for at Instagram som plattform påvirker hvordan designernes motepraksis formidles, og dermed hvordan den fremstår for publikum. Vår bruk av medieringsbegrepet kommer fra både medieestetikk og designteori. Begrepet medieestetikk har på sin side sin bakgrunn i integrasjonen av medier og kommunikasjonsnettverk, det vil si i en sammenheng hvor en enkel, mer tradisjonell kommunikasjonsmodell som forbinder sender og mottaker gjennom enkeltmedier (som film, aviser og TV), mister relevans.<sup>23</sup> I en designkontekst peker medieringsbegrepet på hvordan design tilskrives betydning, og på hvordan designet fremstår og oppleves. Som design- og kulturforskeren Mads Nygaard Folkmann hevder, brukes mediering som et faguttrykk «for en tematisering av de *formidlingssammenhænge*, især med henblik på *medier*, herunder især *visuelle medier* som design inngår i: bl.a. reklamer, kataloger, magasiner, film, websites, blogs og sociale medier».<sup>24</sup> For eksempel vil et fotografi fremstå og oppleves annerledes i en visuell strøm på en mobilskjerm enn på en statisk side i et papirmagasin.

## En intensivering av motens medierte dimensjoner

Fysiske arrangementer og møteplasser har relativt lenge fungert som utgangspunkt for publikums deling av designerens arbeid på Instagram. Våren 2020 ble motefeltets bruk av digitale kommunikasjonsflater intensivert da koronaviruset tok grep om verden. For eksempel ble visningsarenaen Oslo Runway høsten 2020 for første gang arrangert heldigitalt. Her presenterte deltakerne arbeidet sitt gjennom korte filmer, såkalte motefilmer,<sup>25</sup> fotografier og intervjuer.

---

23 Hausken, Papenburg & Schmitz 2018.

24 Folkmann 2016: 167.

25 Rees-Roberts 2018.

En rekke forskere har undersøkt ulike dimensjoner ved medieringen av moten. I sin studie av den engelske moteindustrien behandler Joanne Entwistle motefeltet som en egen estetisk økonomi.<sup>26</sup> I en slik økonomi, hevder hun, er økonomi og kultur sammenvevd, og motens medierte uttrykk er vel så mye et estetisk «produkt» som de materielle plaggene eller objektene designerne skaper. Antropologen Giulia Mensitieri diskuterer hvordan medierte fremstillinger av mote skaper symbolsk verdi i den internasjonale moteindustrien.<sup>27</sup> Det samme gjør design- og moteforskeren Namkyu Chun.<sup>28</sup> I en studie av motefeltet i Helsinki argumenterer han for at de immaterielle aspektene ved mote, det han kaller «image making», er like viktig for designets mottagelse og designerens praksis som de materielle resultatene av klesdesigneres arbeid. «Image making» er mer enn kun fotografisk produksjon, påpeker han. Det omfatter også de prosessene som frembringer de medierte estetiske uttrykkene. Et slikt fokus på designernes faktiske arbeidspraksis har også kunst- og motekritikeren Jeppe Ugelvig som analyserer kunst- og motefeltets produksjonssystemer.<sup>29</sup> Han argumenterer for at mote ikke bør reduseres til kun form eller en ren estetisk kategori, men bør behandles som overskridende praksiser, «fashion work», som involverer *både* plagg og medierte uttrykk. Med referanse til de banebrytende motepraktisene til grupperinger som Bernadette Corporation, DIS og Bless argumenterer Ugelvig for at en inngående forståelse av og evne til å skape visuelle medierte moteuttrykk var avgjørende for at arbeidene deres kunne overskride skillelinjer, roller og uttrykksformer både i kunstfeltet og i motefeltet.

Moten er i dag vevd inn i materielle og digitale kontekster. Den medieres enten den bæres som plagg på en kropp eller formidles

---

26 Entwistle 2009.

27 Mensitieri 2020.

28 Chun 2018.

29 Ugelvig 2020.

gjennom papirmagasiner eller digitale medieplattformer. Det medierte og det materielle inngår i sammensatte estetiske uttrykk som på ulike måter behandler eller representerer de problemstillingene eller temaene designeren arbeider med.<sup>30</sup> Selv om moten historisk sett alltid har vært mediert, er samtidens medielandskap radikalt annerledes enn det var før digitaliseringen av samfunnet tok til. Roland Barthes forsøkte allerede på slutten av sekstitallet i *Système de la mode* å forstå moten, slik den ble mediert verbalt, gjennom å analysere beskrivelser av plagg i motemagasinene *Elle* og *Le Jardin de la Mode*.<sup>31</sup> Moten befinner seg i dag i et medielandskap der motemagasiner, levende bilder og digitale plattformer kobles sammen i sammensatte og distribuerte uttrykk som utfordrer vår forståelse av motefotografiet. Men også designernes rolle i digitale medieøkologier som omfatter digitale grensesnitt, mobiltelefoner, nettsider og en rekke andre medieflater, preges av at de må navigere i et sammensatt medielandskap.

I sin mediering forholder designerne seg til ulike digitale nettverk og deres formater, temporaliteter og logikker. Kultur veves inn i designet av teknologi, og plattformer som Instagram er som vi har vært inne på tidligere, ikke nøytrale.<sup>32</sup> Designernes arbeid med sine egne digitale medierte fremstillinger av klesdesignet sitt på Instagram preges av at de digitale plattformene i økende grad fungerer som infrastruktur for samfunns- og kulturlivet, med de mulighetene og problemene dette innebærer.<sup>33</sup> Designerne forholder seg til denne infrastrukturen på måter som utfordrer vårt syn både på motefotografiet, på de materielle praksisene den digitale medieringen forutsetter, og på selve designerrollen. Denne siste handler i økende grad å skape og legge til rette for medierte fremstillinger av eget arbeid.

---

30 Skjulstad 2018b.

31 Barthes 1983.

32 Skjulstad 2017.

33 van Dijck, Poell & de Waal 2018.

## Motefotografiets mediering, praksiser og temporaliteter

På Instagram trer en særlig temporalitet ved motefotografiet frem. De fleste designerne vi har intervjuet, publiserer jevnlig og relativt hyppig, og ofte med en hyppigere frekvens rundt formidlingssituasjoner som visninger, kolleksjonsslipp og salg, eller i forbindelse med at deres arbeid presenteres i andre medier. De publiserer fotografier der deres egen design inngår, som stillbilder fra visninger, eller de deler fotografier som viser glimt av arbeidsprosessen, eller inspirasjonskilder, eller fotografier av venner, kunder, influensere og andre aktører i mote- og kunstfeltet iført deres design. Slike uttrykk for mote på Instagram organiseres temporalt på andre måter enn dem som gjelder for det klassiske motefotografiet, slik dette distribueres gjennom printpublikasjoner som utgis månedlig eller hvert halvår. Med nye medieplattformers akselererte og algoritmestyrt bildestrøm er motefotografiet – og motevideoer – slik de kan oppleves på en mobilskjerm, i endring.<sup>34</sup>

Mote er uløselig knyttet til tid. Moten utspilles mellom det gamle og det nye, det moderne og det umoderne. Dens eneste konstans er kontinuerlig endring.<sup>35</sup> Motefotografiet som sjanger er nært knyttet til motens særegne karakter, og sjangeren preges nettopp av endring. Motefotografiet tar opp i seg estetiske strømninger, overskrider kontinuerlig sine estetiske rammer, og det oppfinnes kontinuerlig på nytt uten å oppløses som sjanger.<sup>36</sup>

Billedstrømmen på Instagram, hvor nye bilder og videoer hele tiden kommer til, legger til rette for opplevelsen av et «her og nå». Dette virker inn på hvilket bildemateriale designerne skaper og publiserer til ulike tidspunkt. Medieforskeren Rebecca Coleman undersøker hvordan

---

34 Skjulstad 2021.

35 Evans & Vaccari 2020.

36 Andersen 2006.

«real time», altså opplevelsen av et «her og nå», erfares, skapes og organiseres gjennom samspillet mellom menneskelige og ikke-menneskelige aktørers handlinger i digitale medier.<sup>37</sup> Hun argumenterer for at vår forståelse av «nå» involverer både fortid og fremtid, og at disse temporalitetene ofte foldes sammen. Tilfanget av nye bilder og videoer på Instagram øker i sanntid både ved at nye innlegg kommer til syne i brukerens billedstrøm, og ved at bildearkivet akkumuleres hos den som publiserer dem.<sup>38</sup> På grunn av organiseringen av bildene på Instagram drukner enkeltpubliseringer fort i mengden av nye innlegg brukeren kan bla igjennom.<sup>39</sup> For eksempel vil korte videosnutter som publiseres som en «story», kun være tilgjengelig i tjuefire timer om den ikke lagres som et «høydepunkt» på brukerens profilside. Brukere av plattformen blir også kontinuerlig vist nye bilder og profiler som algoritmisk presenteres på bakgrunn av blant annet av brukerens tidligere handlinger og valg.

Motefotografiet på Instagram inngår i det Elizabeth Wissinger karakteriserer som «a blink regime».<sup>40</sup> I et slikt øyeblikksregime bombarderes publikum av en enorm mengde hastig visuell informasjon. Derfor fremtrer fotografiet på Instagram som mer forgjengelig enn når det publiseres i en printpublikasjon – det forholder seg til et «nå» som struktureres av Instagrams publiseringskultur og arkitektur. Denne opplevelsen av forgjengelighet gjør at nye avveininger og praksiser knyttet til det å skape og publisere eget materiale kommer til syne. I sin studie av smarttelefonbruk diskuterer Brita Ytre-Arne med flere begrepet «temporal ambivalens».<sup>41</sup> Begrepet artikulere konflikter mellom flyten i smarttelefonbruken og hverdagslivet, så som indre konflikt knyttet til tidsbruk på mobilbruk sammenlignet med andre aktiviteter. I våre intervjuer dukker slik ambivalens opp på ulike måter, fordi publisering

---

37 Coleman 2020.

38 Carah & Shaul 2016.

39 Skjulstad 2017.

40 Wissinger 2013.

41 Ytre-Arne mfl. 2020.

av materiale på Instagram i tid ofte er knyttet til de andre arbeidsoppgavene designerne har, og ofte intensiveres i forbindelse med viktige begivenheter, slik som en visning.

Publisering på Instagram kan være knyttet til arrangementer som visninger eller moteuker, eller til offentliggjøring av andre kunstneriske resultater. Et eksempel kan være dokumentasjon fra en motevisning, ofte som faksimiler fra et magasin, eller bilder som viser andre sider ved arbeidet enn dem som kommer til syne for publikum på visningen. Flere av informantene våre opplever at temporaliteten på Instagram er utfordrende, og de kontrasterer det «varige» motefotografiet i printpublikasjoner med det forgjengelige bildet på Instagram. Mens noen av designerne kun publiserer på Instagram for å annonsere nytt arbeid eller viktige begivenheter, har andre en mer kontinuerlig tilstedeværelse på plattformen. Hyppig publisering forutsetter imidlertid at det finnes bildemateriale designeren kan publisere, altså at frekvensen ikke går på bekostning av de estetiske kravene designeren stiller til materialet de publiserer. Derfor finner designerne ulike måter å skape, gjenbruke og endre bildematerialet sitt på, noe som er med på å forme samtidens motefoto på Instagram. For eksempel velger noen å publisere egen prosessdokumentasjon eller å hente frem og i noen tilfeller videreutvikle arkivmateriale. Noen velger slik å fordele publisering over tid, slik at hver «look», det vil si hvert enkelt antrekk i en kolleksjon, utgjør en Instagram-post. Slik holdes «flyten» ved like, og hele visningen arkiveres på designerens Instagram-profil. Bilder tatt «backstage» i forbindelse med en visning kan også publiseres sammen med et slikt materiale, og dermed bli en del av medieringen av kolleksjonen. Fellesnevneren i de ulike måtene å bruke Instagram på er en ny og visuell orientering mot og en estetisering av alle sidene av designerens praksis.

## Å vise mote: industriell tid og motevisningens aktualitet

Mens motevisninger tidligere var lukkede arrangementer for innkjøpere, klienter og journalister, er publikum i dag større og mer sammensatt. Et økende antall visninger finner også sted som videoer, såkalte «fashion-filmer». Denne utviklingen gjør at det ikke lenger bare er designere, arrangører eller presse som publiserer og deler bilder fra visninger, men også publikum. Som også moteforskere som Silvano Mendes og Agnes Rocamora hevder, utformes motevisninger i økende grad med tanke på digitale mediering gjennom bilder og videoer.<sup>42</sup>

Den industrielle struktureringen av moten, hvor nye kolleksjoner vises i forkant av hver sesong, virker inn på designernes publiseringsvirksomhet, og flere av designerne tilpasser allerede medieringen av arbeidet sitt til industriens temporalitet, det Caroline Evans og Alessandra Vaccari kaller «industrial time».<sup>43</sup> Designerens egen kunstneriske prosess ligger som oftest foran publikum i tid. Når plaggene de har designet er klare for visning, er de selv ofte i gang med et nytt prosjekt. Dette fører til tidsmessige forskyvninger og en opplevelse av temporal ambivalens – et sprik mellom designpraksis og medieringspraksis. Publiserings på Instagram knyttes ofte til arrangementer, visninger, utstillinger og lignende, og der forventes det at bildene som publiseres, formidler det som skjer her og nå. Dermed må designerne operere med ulike tidslinjer. En av våre informanter formulerer dette dilemmaet slik:

Det store problemet er at man kanskje alltid har tre prosjekter på gang i en tidslinje. Og så har man alltid lyst til å poste det man jobber med, for det er det som er mest gøy. Men så burde man poste det man egentlig skal tjene penger på, som man egentlig er helt ferdig med og har glemt. For man er så lei av de klærne. Det å gå tilbake i den bildekatalogen

---

42 Mendes 2019; Rocamora 2016.

43 Evans & Vaccari 2020.

føles så rart. Å late som man har den prosessen nå fordi det kunne vært relevant i henhold til historiefortellingen. Det å vise bilder fra research, for eksempel for å bygge opp under produktet som nå er til salgs, det er det mest logiske. Men det krever en veldig god strategiplan.

Flere av designerne vurderer på lignende måte om de skal vise glimt av arbeid som fremdeles er i prosess, eller om de skal vente til de har et ferdig resultat.

Man har ofte lyst til å vise et fint bilde av ting under arbeid. Og så tenker man «Åh, ja, men det som er viktig er også å vise noen resultater». Så har man kanskje ikke bra nok bilder av dem i øyeblikket. Så blir ting utsatt, og plutselig er det «for sent».

I disse vurderingene spiller den profesjonelle bakgrunnen til designerne inn: Flere vektlegger motevisningen som den primære publiseringen av arbeidet, og at publisering av bilder fra visningen skjer etterpå: «Jeg oppfatter at i den delen av fashion vi kommer fra, er det på catwalken ting skjer. Der er ting hemmelig helt til det kommer på catwalken. Og først der har du masse fotografer som tar det videre.»

Noen designere publiserer materiale både i forkant av, under og etter motevisningen, og ofte publiserer de også bilder tatt backstage. En motevisning varer ofte kun noen få minutter. Instagram gjør det mulig å forlenge medieringen av visningen. Ikke desto mindre legger den publiseringskulturen og de forventningene som har etablert seg på Instagram, visse føringer på når og hvordan man kan publisere. En av informantene forteller om erfaringer med å publisere dokumentasjon fra egen visning over flere dager. Dette vekket kritiske spørsmål fra publikum som lurte på hvor lenge visningen egentlig varte.

En måte å håndtere de mange dilemmaene designerne opplever i sin medieringspraksis på, er å rasjonere bildematerialet. Flere av designerne legger inn strategiske intervaller mellom publiseringene for at det skal fremstå som at de «alltid er der og alltid gjør noe»:



Så, jeg sparer det kanskje, til en periode jeg vet at jeg ikke kommer til å legge ut noe særlig av mitt, så kan jeg holde det gående og ha en slags strøm i det, sånn at det føles som jeg alltid er der og alltid gjør noe. Og så sparer jeg kanskje noen ting til senere.

Generelt er det stor variasjon i hva designerne anser som passende publiseringshyppighet. Når de vurderer hvorvidt de skal publisere noe på Instagram, må ønsket om å skape forventninger til kommende arbeid balanseres mot risikoen for at publiseringen vil avsløre mer enn de ønsker å dele. De tar hensyn til aktualitet, lanseringer og pågående aktiviteter, og vurderer dette opp mot bildemateriale som i mindre grad representerer resultatorienterte dimensjoner ved designerens praksis. Designerne må også finne en balanse mellom for mye og for lite.

Av og til er det så fristende å bare legge ut alt fordi man har så masse ting man har så lyst til å fortelle. Jeg prøver å være bevisst på det, men jeg klarer det ikke. Av og til legger jeg så mye ut at jeg mister følgere fordi folk blir lei av meg.

Instagram som plattform bærer med seg forventninger om tilstedeværelse, men også risikoer knyttet til å trå feil eller ikke opprettholde publiseringsaktiviteten. I ytterste konsekvens opplever designerne at de både risikerer å forsvinne fra kartet lokalt og miste viktige forbindelseslinjer til motefeltet internasjonalt. «Jeg føler at hvis man poster noe en gang i uka får man nye følgere. Men hvis man blir veldig stille over lang tid, glemmer folk deg.»

Det er også andre aspekter ved Instragrams strukturering av tid som legger føringer for designernes publisering på plattformen. Publiserte innlegg lagres i kronologisk rekkefølge, tilgjengelig for å hentes opp til gjennomsyn ved anledning. I sin studie av kunst som deling diskuterer Merete Jonvik mfl. sammenhengen mellom publisering og lagring: «Deling i digitale medier gjør også at en ytring, et foto, eller annet, ikke bare kan deles bredt, men også lagres. De nye mediernes

logikk innebærer at lagring og deling ofte er sammenfallende.»<sup>44</sup> Publisering på Instagram fører til at designerne bygger opp et visuelt og mobilt tilgjengelig arkiv som dokumenterer deres praksis over tid. Som en av informantene våre uttrykker det: «Det er jo en minnebank, hele Instagram, som hele tida beveger seg videre.»

En av designerne forklarer hvordan «minnebanken» av publiserte Instagram-poster også fungerer som en blanding av portfolio og CV, og spiller en viktig rolle i arbeidet med å skaffe nye oppdrag. Arkivet bidrar til at designerens praksis potensielt kan videreutvikles i nye retninger ved at ulike dimensjoner ved den synliggjøres:

Men på Instagram viser jeg veldig bredt hva jeg holder på med. Sånn at folk skal skjønne at jeg gjør det og det og det og det. Det gjør jeg også bevisst for at jeg skal få oppdrag, sånn at når noen ser det, så sier de: «Å, der gjorde hun et foredrag, og der gjorde hun et foredrag, og der gjorde hun også et. Så kanskje hun er litt god på å holde foredrag. Så kanskje vi kan invitere henne.» Så tar de kontakt på Instagram etterpå. Foredragene fører til veldig mye sånne ting. Og derfor legger jeg ut bilder av at jeg holder foredrag på Instagram. Sånn at folk skal skjønne at jeg gjør det også. Så det er en slags CV på Instagram. Det er jo min portfolio eller CV som jeg ikke trenger å dra med meg i en koffert, sånn som før.

Slik ser vi at Instagram også blir viktig i tilblivelsen av digitale design-portfolioer som viser designerens kunstneriske virke, kontinuitet i sin praksis, digitale medieringstett, kompetanse og plassering i fagfeltet. Medieringen av designerens praksis bidrar til at denne kompetansen kan videreutvikles ved å gjøres tilgjengelig. Samtidig opplever designerne flere dilemmaer: Om de publiserer for mye risikerer de å fremstå som masete og usikre, og om de publiserer for lite blir de usynlige og kan bli glemt. Om det de publiserer synes å være rettet kommersielt, så

---

44 Jonvik mfl. 2019: 30.

mister de troverdighet, mens om det virker for smalt, så når de ikke ut til et bredt publikum. Om de publiserer bilder med nakenhet eller andre former for innhold som bryter med plattformens regelverk, risikerer designerne endelig å få bildene slettet, eller å bli kastet ut av plattformen.<sup>45</sup> Denne typen overveielser og betingelser påvirker designernes arbeid og hvordan de velger å mediere det, og det gjør også designerne sårbare overfor plattformens makt.<sup>46</sup>

## Mediering av kritiske motepraksiser

Kritisk motepraksis handler om bevisst å bruke moten til å nå ut med kommentarer til og refleksjoner over problemstillinger designeren er opptatt av. Disse refleksjonene, slik de artikuleres gjennom designet og medieringen av det, kan omfatte alt fra kjønn, makt og menneskekroppen, via minner og minoritetskulturer, til etikk og bærekraft, for å nevne noen. Ifølge Geczy og Karaminas utøves kritisk motepraksis fra posisjoner på både innsiden og utsiden av moteindustrien.<sup>47</sup> Designerne vi har intervjuet, befinner seg i en slik dobbelposisjon, og noen av dem opplever ambivalens ved dette. Felles for designerne er at de er selvstendige aktører med ulike berøringspunkter med moteindustrien og med aktører i kunst- og kulturfeltet. Instagram gjør det mulig for disse designerne å nå ut til og delta i en spesialisert internasjonal motekontekst hvor deres særpregede arbeid blir verdsatt. Gjennom plattformen kan de flette sitt arbeid inn i motenettverk som når utover den norske moteindustrien. Instagram fungerer dermed som både estetisk kommunikasjonsflate og infrastruktur som tillater dem å følge sitt eget designmessige eller kunstneriske prosjekt på tvers av geografiske og institusjonelle grenser.

---

45 Skjulstad 2017.

46 van Dijck, Poell & de Waal 2018.

47 van Dijck, Poell & de Waal 2018.

Designerne i vår studie er en del av moteindustrien, men befinner seg samtidig i dens randsone og i forhandling med aktørene som er en del av den. En av dem vi intervjuet, følte at eget kunstnerisk prosjekt var lite forenelig med industrien og dens virkemåte, men erkjente samtidig at det er vanskelig å fri seg fra den. Forsøk på produktiv friksjon i møte med industriens system og visningsarenaer faller ikke nødvendigvis heldig ut:

Og så blir det til at jeg føler det som konfliktfylt. Jeg vil egentlig ikke være med, men så føler jeg at jeg må. Og så prøver jeg da innafør de grensene kanskje å bryte litt med det, samtidig som det kanskje ikke er så effektivt.

Noen av designerne vi har intervjuet, har vist kolleksjoner på visningsarenaer som Oslo Runway, mens de i andre perioder har foretrukket alternative visningskontekster. Noen viser og produserer klær helt på egne premisser, og velger aktivt å prioritere samarbeid innenfor andre kulturelle kontekster enn motefeltet. Disse samarbeidene kan omfatte prosjekter med scenekunstnere, musikere eller andre aktører i kunstfeltet, samt gallerier og museer. Designerne kan også inngå i tverrfaglige kunstneriske forskningsallianser, slik antropologen Charlotte Bik Bandlien diskuterer inngående med referanse til designkollektivet HAIK/w.<sup>48</sup> Designerne i vår studie forsøker på egen hånd å opprettholde og mediere kunstneriske og konseptuelle prosjekter som på ulike måter rokker ved konvensjoner, tenkemåter eller praksiser, nettopp slik Geczy og Karaminas beskriver kritiske motep praksiser.<sup>49</sup> Gjennom sin selvstyrte publisering av materiale kan designerne uttrykke sitt ståsted, samtidig som de knytter bånd til det internasjonale fagfeltet de forholder seg til og er en del av. Instagram er dermed en plattform som både gjør designerens geografiske plassering mindre viktig, og som gjør at designerens mediering kan overskride grensene mellom kunstfeltet og moteindustrien.

---

48 Bandlien 2016.

49 Geczy & Karaminas 2017.

## Motefotografiet, autentisitet og illusjon

Alle designerne i vår studie samarbeider med norske og internasjonale mote- og kunstfotografer og andre kulturaktører om å skape og videreformidle visuelle uttrykk. Gjennom dette samarbeidet skapes viktige forbindelser og smaksfellesskap. Når resultatene av slike samarbeid publiseres på Instagram, synliggjøres resultater og relasjoner i deltakernes nettverk. Det tradisjonelle papirbaserte motefotografiet blir gjerne til gjennom store profesjonelle produksjoner og omfattende etterbehandling, og resultatet er bevisst konstruert som en «inautentisk» kunstnerisk ytring. En intim og upolert estetikk har likevel tidvis preget det profesjonelle motefotografiet, som for eksempel i arbeidet til Corinne Day på 1990-tallet, hvor en fremvoksende generasjon fotografer utforsket unges motekultur fremfor å etterstrebe et tradisjonelt glamorøst og eksotisk uttrykk.<sup>50</sup> Til tross for slike tendenser representerer motefotografiet i mange tilfeller en illusjon: En fantasiverden som tilslører motens materielle og økonomiske bakside, der det også finnes utbytting, eksklusjon og ekstrem ulikhet. I en slik kontekst kan det «imperfekte» Instagram-fotografiet tilby en opplevelse av direkte tilgang til designerens praksis og slik uttrykke en form for autentisitet.

Mange av designerne vi har intervjuet, tar egne fotografier til Instagram, ofte med mobilkamera. Den sømløse forbindelsen mellom mobilkameraet og Instagram-publiseringsen har bidratt til mobilfotografiets enorme utbredelse, også i motefeltet. Her har mobilfotografiet blitt inkorporert i motefotografiets estetiske sjangerregister og spiller på lignende tendenser som i 1990-tallets motefotografi. På Instagram dyrkes uttrykk som fremstår som «autentiske», og som på den måten skaper intimitet og følelsesmessige bånd mellom avsender og publikum.<sup>51</sup> Gjennom å publisere slikt materiale bidrar designerne til å forhandle forholdet mellom fasade og virkelighet, og til å problematisere den

---

50 Cotton 2004.

51 Reade 2021.

illusjonen som det etablerte motefotografiet formidler. En av informantene vektlegger nettopp dette som en av fordelene med Instagram, hvor det mobilbaserte *snapshotet* reduserer publikums følelse av avstand til moten. Denne informanten påpeker også hvordan Instagram som plattform har endret seg over tid.

Det jeg nå har innsett med Instagram, er at i starten tror jeg folk likte skikkelig godt å se flotte, analoge bilder som var ordentlige bilder. Nå tror jeg at det nesten føles litt ikke ekte, så det folk liker best på Instagram, er iPhone-bilder og videoer. Det føles som en direkte kontakt, at det faktisk er ekte.

Ifølge Mendes forsøker internasjonale motehus å skape en illusjon av nærhet til publikum gjennom dokumentarfilmer, fotografier eller andre medierte fremstillinger av deres atelier og verksteder.<sup>52</sup> I slike fremstillinger, som ofte bygger opp rundt myter knyttet til motehusets opphav og historie, gis publikum et stramt regissert innblikk i livet i kulissene. Her oppstår det lett spenning når motehusene forsøker å fremstå som mindre elitistiske og lukkede enn de egentlig er. De medierte fremstillingene kan oppleves som kynisk og kalkulert.<sup>53</sup> Profesjonelt gjennomarbeidede fotoproduksjoner kan fremstå som umoderne og inautentiske. En av designerne i vår studie løfter frem en tendens i motefeltet i dag som fremstår som et motsvar til det perfektionerte uttrykket i motefotografiet: «Jeg tror at 'dårlige bilder' er det kuleste nå. Sånne skikkelig blurry 'ikke-bilder'». En annen designer vi intervjuet, setter denne tendensen i sammenheng med publikums ønske om nærkontakt med designerens arbeid, fordi klesdesigneren forstås som en mer troverdig formidler av virkeligheten enn et profesjonelt PR-team.

Mobilfotografiet har ikke blitt en erstatning for andre fotografiske uttrykk i moten, men har funnet en plass i spekteret av ulike

---

52 Mendes 2019.

53 Rees-Roberts 2018.

medieringsformer som motefeltet benytter seg av, og ikke minst i designernes egne medieringspraksiser. Mobilfotografiet kan formidle kontakt med publikum på designerens egne premisser, og kan – gjennom et mer upolert uttrykk – formidle den nærheten og autentisiteten som designeren ønsker å ha i sitt forhold til publikum.<sup>54</sup> Fotografier kan gå rett fra designerens stue eller studio og inn i internasjonale motenettverk uten hjelp fra et stort profesjonelt team. Instagram gjør at designarbeidet enkelt kan gå fra å være en privat prosess til å eksistere ute i verden, uten formidlende ledd utenfor designerens kontroll, som kan endre det visuelle uttrykket. Designernes fremstillinger av sine praksiser kan fremstå som autentiske på plattformen fordi designeren til syvende og sist kontrollerer både designprosessen og formidlingen av den.

## Posisjonering, nettverk og praksiser

Moten som kunstnerisk og kommersiell praksis inngår i et globalisert kulturelt og økonomisk landskap.<sup>55</sup> Selv om klesdesignerne i vår studie forholder seg til de lokale kulturelle og sosiale betingelsene for klesdesign i Oslo, hvor mange av informantene holder til, er de også en del av det globale motefeltet, og nettopp publisering og annen aktivitet på Instagram gjør det lettere å ta del i dette feltet. Plattformens globale utstrekning blir et viktig redskap for å nå frem til internasjonale aktører på lik linje med andre utøvere som er tettere på viktige motebyer. En av designerne forteller hvordan Instagram gjør det mulig å arbeide internasjonalt, men fremdeles være bosatt i Norge: «Jeg vil jo definitivt si at min karriere hovedsakelig er takket være Instagram. Uten den tror jeg det ville tatt mye lengre tid. Og jeg kunne i hvert fall ikke vært i Norge.» Plattformen gjør at en potensielt kan skape nye muligheter «der ute»,

---

54 Reade 2021.

55 Craik 2019.

eller som den samme designeren sier: «Instagram er det viktigste mediet mitt, hvor jeg når ut i verden. Og hvor man blir oppdaget.»

Å bli oppdaget kan for eksempel handle om å få kontakt med journalister og bli presentert i artikler i uavhengige motemagasin med høy troverdighet, eller i tradisjonsrike og etablerte publikasjoner som Vogue. Nygaard Folkmann beskriver utveksling av bilder på Instagram som en «sosial valuta» som benyttes for å posisjonere seg i feltet, for å etablere nye forbindelser og for å fremvise forbindelsene sine til andre.<sup>56</sup> Gjennom publisering, kreditering, gjensidig reposting, «likes» og kommentarer kan verdifull medieomtale fra det Nygaard kaller «avgrensede medier», som for eksempel Vogues papirutgave, omsettes til valuta i plattformens uendelige nettverk av ulike brukere. For eksempel kan journalister som skriver for internasjonale magasiner, følge med på designernes arbeid og aktivitet gjennom Instagram, og gå i privat dialog med dem gjennom plattformens meldingstjeneste. Journalister kan oppdage og publisere saker om designere som opererer utenfor de store motebyene, uten å fysisk være til stede i byen de omtaler. Noen ganger er kontakten mellom designeren og journalisten allerede etablert gjennom visingsarenaer som Oslo Runway, som også har arbeidet strategisk med internasjonale journalister. En av designerne, som fikk omtalt sitt arbeid i Vogue etter visningen i et korona-stengt Oslo, beskriver Instagrams rolle i dette.

Hun som skrev den, følger meg på Instagram og intervjuet meg på den visningen på [navn på visningssted] og så har hun liksom fulgt meg siden. Og så så hun ting på Insta og skrev «Hva er det her? Jeg vil høre mer». Og så gjorde jeg det, og så sa hun at «Dette kan bli en story» og så fikk hun godkjenning og så ringte hun meg og så snakket vi sammen.

En artikkel i et prestisjetungt magasin som Vogue vil kunne ha verdi for alle involverte, og vil kunne refereres til på Instagram av designeren,

---

56 Folkmann 2016.



i form av bilder av saken, og med kreditering av medvirkende. Gjensidig kreditering gjennom «tagging» og direkte «mentions» bidrar til at designernes arbeid vil kunne vises i de øvrige deltakernes nettverk om de velger å republisere bilder av saken. På den måten får designerne økt synlighet. Blant influensere på Instagram er det vanlig å publisere selfier med andre aktører som kan bidra til å øke influenserens status. I motefeltet foregår en slik posisjonering heller gjennom nedtonet kreditering av profesjonelle samarbeidspartnere hos designeren. Instagram forbinder på den måten designerne, deres samarbeidspartnere og etablerte, velrennomerte motemagasiner uten at det fremstår som eksplisitt promoterende. Designerne kan uttrykke sin intensjon og sitt prosjekt slik de selv ønsker, samtidig som de synliggjør sin posisjon i feltet. Gjennom Instagram kan de nå ut til de mest attraktive mediene og aktørene internasjonalt, uten å være underlagt den lokale moteindustriens og de lokale motemagasinenes rammer.

Arbeidene til designerne vi har intervjuet, inngår i nye, uformelle digitale nettverk der de søker å skaffe seg relevant oppmerksomhet, omtale, synlighet og kontakter på nye måter, fremfor gjennom etablerte bransjestrukturer for medieomtale. Medieringspraksisen deres inngår i en estetisk økonomi hvor de utøver sine fag i samspill med andre kulturelle aktører som også medierer sitt arbeid i den digitale sfæren. De deltar alle i et «synlighetsspill» der de liker, kommenterer og deltar i hverandres arbeid.<sup>57</sup>

## Digital mediering, materielle praksiser

Det finnes mange uskrevne regler for publisering på Instagram, selv om det ikke nødvendigvis er bred enighet om dem. Det oppstår ofte friksjon i situasjoner hvor designerne for eksempel blir bedt om å låne ut plagg og accessoarer til fotoopptak og moteserier (som også

---

57 Carah & Shaul 2016.

publiseres på Instagram), fordi betingelsene for publisering ikke er avklart mellom partene. Designernes digitale mediering forutsetter en rekke materielle praksiser som blant annet involverer logistikk i forbindelse med de utlånene de velger å gjøre. Utlån av plagg kan resultere i at designerens arbeid medieres på nye måter som også kan ha verdi for designerne, for eksempel om deres arbeid vises i et magasin med høy troverdighet og på en måte designerne finner interessant, eller dersom arbeidet plukkes opp av andre relevante aktører, som et galleri eller en butikk.

Bak forespørslene om utlån ligger tanken om at publikums oppmerksomhet har verdi som kommer klesdesigneren til gode, men det er ikke slik at all oppmerksomhet er like verdifull for designeren. Designerne må selv gjøre en rekke avveininger om hvilke utlån som har verdi for dem. I mange tilfeller avslår designerne forespørsler om å låne ut plagg til influensere, fordi de ikke egentlig har nytte av oppmerksomheten slike utlån kan generere. En av designerne uttrykker frustrasjon over å måtte håndtere at influensere forventer å få låne plagg uten å betale vederlag og uten å kreditere designeren: «Noen influensere er sånn 'Jeg har egentlig ikke lov å tagge noen andre enn dem jeg får betalt av'. Og jeg bare 'Åh, nei, men du vil likevel låne alle klærne og gå med dem en hel dag gratis?'». Designerne skal ikke bare selv mediere sitt arbeid, men i tillegg forvalte hvordan deres design medieres av andre. Fotografi, publisering og rettighetshåndtering inngår som nye arbeidsoppgaver designerne må håndtere.

For våre informanter oppleves denne utvidete praksisen for formidling av arbeidet deres som viktig for deres totale designuttrykk. Samtidig er den forbundet med en rekke dilemma og oppgaver som designerne ikke alltid er komfortable med. Enkelte av designerne anser formidlingsarbeidet som krevende og forteller om en gryende motvilje mot å skulle publisere på Instagram fordi det medfører en rekke valg de ikke ønsker å måtte ta, og fordi de løper en risiko for å fremstå som mer promoterende eller personlige enn de ønsker:

Jeg synes også at hva man skal skrive, kan være vanskelig, for jeg kjenner på at det er branding. Skal jeg bruke emoji's? Hvilket nivå av seriositet? Hvor mye skal jeg si sånn «by me?» eller sånne ting? Å klare å kommunisere ting riktig, det blir mer og mer mindre gøy og mer jobb.

Selv om Instagram gir designeren «makt» over egen mediering innenfor plattformens rammer, følger det også omkostninger med forvaltningen av sitt eget medierte uttrykk. Flere ansvarsområder og arbeidsoppgaver tilfaller designerne. Dette blir særlig tydelig når utlånsforespørsler kommer fra internasjonale medie- og kulturaktører, eller når de omfatter samarbeid med uklare vilkår, men med stort potensial for internasjonal synlighet i prestisjefylte publikasjoner.

I en kritisk studie av motebransjens skyggesider beskriver Giulia Mensitieri et verdimeslig hierarki, hvor akkumulert symbolsk kapital settes opp mot mer monetært innbringende, men mindre prestisjefyllt arbeid, arbeid som kan virke negativt inn på designerens omdømme.<sup>58</sup> Forventninger om gratisarbeid er ifølge Mensitieri en rådende tendens i det internasjonale motefeltet. De skapende aktørene bak medieringen av moten forventes å være takknemlige for muligheter til å arbeide kunstnerisk selvstendig fremfor for eksempel å måtte la lønnet arbeid styres av krav fra motemagasinenes annonsører. Mensitieri knytter primært denne tendensen til modeller, stylisten og fotografer, og andre som ønsker fotfeste i bransjen. I Mensitieris studie gjør disse yrkesgruppene ofte prestisjefyllt gratisarbeid, men ikke designerne selv, de honoreres. Derfor er det påfallende at forventningen om gratisarbeid også synes å gjelde designerne i vår studie.

Forventninger om gratisarbeid kommer frem i situasjoner hvor designerne selv må bekoste transport og bære risikoen for at plagg går tapt eller ødelegges ved utlån til fotografisituasjoner de selv ikke styrer. De synlige resultatene designeren medvirker til og kan publisere på Instagram, forutsetter at plagg skal pakkes, sendes, bæres av modeller

---

58 Mensitieri 2020.

eller artister, sendes tilbake og mottas. Det digitale motefotografiet på plattformen har slik sett en materiell side som består av logistikk, svettemerker, slitasje og flekker på plagg. En av designerne er oppgitt over dette: «Men klær skal man bare låne og svette i og så gi tilbake. Det er jeg drittlei av.» Flere av designerne vi har intervjuet, opplever manglende forståelse og respekt for sitt arbeid i forhandlinger om utlån. Enkelte har opplevd at medieproduksjoner som ønsker å låne plagg, heller avstår fra å bruke dem enn å dekke forsikringen, eller at de har brukt plaggene uten å kreditere designeren.

Utlånspraksisene som forutsettes for at designerenes arbeid skal medieres av andre, synliggjør en utfordring for designerne. De kan ha stor nytte av andres mediering for selv å få oppmerksomhet, men må samtidig delta i prosesser som krever at de går på akkord med sitt eget fag og sin egen posisjon. Utlån av klær kan gi tilgang til relevante internasjonale motekontekster, og kan dermed gi muligheter. Men utlån medfører tidkrevende arbeid, utgifter og risiko, og kan slik også være et *hinder* for at designerenes arbeid kommer med i internasjonale publikasjoner, i musikkvideoer eller brukes som sceneantrekk ved konserter, og på den måten synliggjør designerens samarbeidspartnere og posisjon. I flere tilfeller opplever de at arbeidene deres behandles som et «klesskap» andre kan nyte godt av uten at de selv får noe igjen.

## Samling av trådene: utvidelse av designerrollen

Vi har i denne artikkelen forsøkt å belyse hvordan Instagram virker inn på designerenes arbeid, og hvordan dette igjen påvirker praksisfeltet de opererer innenfor. Men også andre faktorer, slik som koronapandemien, påvirker designerenes praksis og mediering av denne på Instagram. I løpet av den perioden vi har gjennomført denne studien, har pandemien endret forutsetningene for nært sagt alle aktører i kulturfeltet. Designerne i vår studie har respondert på endringene for motefeltet gjennom ulike strategier. Flere av dem har under pandemien endret

sin designpraksis radikalt ved å flytte seg enda lenger vekk fra mote-industrien, eller de har begynt å designe for mer kommersielt orienterte merkevarer. Noen av dem har gått vekk fra å produsere plagg i tradisjonell forstand. Enkelte har begynt å jobbe med heldigitale designpraksiser, andre utforsker hybride uttrykk som inkluderer tekstile skulpturer som kan bæres på kroppen, eller vises på andre måter. Noen har gått inn i utdanningsløp, mens andre igjen har tatt steget fullt inn i samtidskunstfeltet.

Selvstendige skapende utøvere kan ha et internasjonalt nedslagsfelt gjennom Instagram, samtidig som deres praksis er lite synlig i den norske motediskursen. Bortfallet av et aktivt, levende og lokalt felt, og økonomien som stimulerer dette, marginaliserer de mindre utøverne til fordel for kjeder og større merkevarer. Den estetiske verdien som designerne skaper i sin praksis, er ikke nødvendigvis av en slik karakter at de klarer å leve av den, og designerne orienterer seg enten tydeligere inn mot industrien eller mot kunstfeltet. I tillegg ser vi at Instagrams temporalitet og plattformlogikk støtter opp under aktualitet og øyeblikksbilder av et «her og nå», og skaper problemer for designerne når det ikke finnes hendelser å publisere om. Dette sammenfallet av betingelser skaper, som en av våre informanter påpeker, en situasjon der designerne opplever at hele det kritiske motefeltet nå risikerer å måtte «starte på nytt, som vi har gjort så mange ganger før i Norge». Vi ser at Instagram har blitt en viktig kanal for designerne i denne perioden. Plattformen blir både et vindu mot omverdenen og en kontaktflate overfor støttespillere og designernes profesjonelle kunstneriske krets.

I denne sammenhengen ser vi tydelig at det er behov for mer innsikt i samspillet mellom rådende betingelser for stimulering av mote- og designfeltet, og mulighetene designerne har for å kunne utøve kritiske motepaksiser. Uten muligheter til å drive en uavhengig designpraksis lokalt forstummes de stemmene som designerne i studien representerer, og det lokale motefeltet som helhet risikerer å miste viktige forbindelseslinjer til toneangivende mote- og designmiljøer internasjonalt. Fordi designernes digitale mediering utgjør et eget «rom» hvor de selv

kan styre hvordan deres arbeid fremstår, er den spesielt viktig. Digitale plattformer som Instagram kan i denne konteksten bidra til å utvide rammene for hva som inngår i designerens praksis, for eksempel kan den inkludere foredrag eller utstillinger, og de kan tjene som et tilgjengelig mobilt arkiv og portfolio for designeren. Slik virker plattformen direkte inn i designerens praksis og på hvordan mote medieres digitalt. I ytterste konsekvens virker den også inn på hvordan kritiske motepraksiser erfares og verdsettes.

Selv om designerne anerkjennes ved å bli innkjøpt av for eksempel Nasjonalmuseet, opplever de det likefullt som problematisk å stå i spennet mellom kunst og næring. Designerne i vår studie opplever seg selv som forvaltere av en designprofesjon hvor kunstnerisk kvalitet er det viktigste, og dette utgjør selve motivasjonen for deres praksis. Gjennom Instagram uttrykker de tilhørighet til et motefelt hvor de må balansere sitt forhold til både kommersielle og kunstneriske dimensjoner, og deres Instagram-mediering er viktig for at designerne skal kunne synliggjøre eksistensen av designkultur på egne kunstneriske premisser.

Gjennom kommunikasjonsplattformer som Instagram, selvpublisering og nye profesjonelle roller i feltet har moten beveget seg vekk fra tradisjonelle medier som motemagasiner og deres eksklusive posisjon som portvoktere. Spørsmål knyttet til nye portvokterfunksjoner i motefeltet blir på en interessant måte synliggjort når disse ikke lenger primært finnes i magasinenes redaksjoner, men i spesialiserte estetiske digitale smaksfelleskap. Endrede portvokterfunksjoner medfører at uavhengige designere må gape over stadig flere oppgaver knyttet til mediering. Designerne har overtatt mange av de rollene og arbeidsoppgavene som tradisjonelt har vært håndtert av andre profesjonelle aktører i feltet. De har også overtatt arbeid med å posisjonere sin designpraksis i nettverk og må inngå i samarbeidsrelasjoner som ofte reguleres av normer fremfor eksplisitte avtaler.

Gjennom våre informanter ser vi at Instagram ikke bare muliggjør en lokal forankring og en samtidig internasjonal tilstedeværelse,

men involverer en vev av aktører og uttrykk som opererer på tvers av geografiske og institusjonelle grenser. Instagram har blitt en viktig del av informantenes praksis som klesdesignere. Designernes mediering på plattformen utgjør en del av deres estetiske uttrykk og kan regnes som en forlengelse av deres designpraksis. I en estetisk økonomi står designernes faglige integritet hele tiden på spill. I en slik kontekst forsøker designerne å opprettholde – og videreutvikle – en fri konseptuell utforskning av hva mote kan være.<sup>59</sup>

## Litteratur- og kildeliste

- Andersen, C. (2006). *Modedefotografi: En genres anatomi*. Museum Tusulanums Forlag.
- Andersen, U.C. & Krumsvik, A. (2017). Intervju som metode. I H.E. Næss & L. Pettersen (red.), *Metodebok for kreative fag* (s. 76–87). Universitetsforlaget.
- Bandlien, C.B. (2016). Mot en antropologisk praksis: HAIking som forskning og (post-) kunstnerisk praksis. *Kunst og Kultur*, 4(99), 218–235. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3029>
- Barthes, R. (1983). *The fashion system* (M. Ward & R. Howard, overs.). University of California Press.
- Breward, C. (1995). *The culture of fashion: A new history of fashion and dress*. Manchester University Press.
- Carah, N. & Shaul, M. (2016). Brands and Instagram: Point, tap, swipe, glance. *Mobile Media and Communication*, 4(1), 69–84.
- Chun, N. (2018). *Re-(dis)covering fashion designers: Interweaving dressmaking and placemaking* [doktorgradsavhandling]. Aalto University School of Arts, Design and Architecture, Finland.

---

59 Forfatterne ønsker å takke Vemund Barstad Bermingrund og Andrew Morrison for konstruktive innspill på teksten. En særlig stor takk går til alle designerne som har delt sine erfaringer med oss.

- Coleman, R. (2020). Making, managing and experiencing «the now»: Digital media and the compression and pacing of «real time». *New Media & Society*, 22(9), 1680–1698.
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New media & society*, 21(4), 895–913. <https://doi.org/10.1177/1461444818815684>
- Cotton, C. (2004). *The photograph as contemporary art*. Thames & Hudson.
- Craik, J. (2019). Globalization. I A. Geczy & V. Karaminas (red.), *The end of fashion* (s. 133–139). Bloomsbury.
- de Perthuis, K. (2016). People in Fashionable Clothes: Street Style Blogs and the Ontology of the Fashion Photograph. *Fashion Theory*, 20(5), 523–543. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2015.1115656>
- Entwhistle, J. (2009). *The Aesthetic Economy of Fashion*. Bloomsbury.
- Evans, C. & Vaccari, A. (2020). Time in Fashion: An Introductory Essay. I C. Evans & A. Vaccari (red.), *Time in Fashion* (s. 3–36). Bloomsbury.
- Ferrero-Regis, T. & Lindquist, M. (2021). The discursive space of the fashion show. I T. Ferrero-Regis & M. Lindquist (red.), *Staging Fashion: The Fashion Show and Its Spaces* (s. 15–25). Routledge.
- Folkmann, M.N. (2016). *Designkultur: Teoretiske perspektiver på design*. Samfundslitteratur.
- Geczy, A. & Karaminas, V. (2017). Introduction: From Subculture to High Culture. I A. Geczy & V. Karaminas (red.), *Critical fashion practice: From Westwood to Van Beirendonck* (s. 1–8). Routledge.
- Hausken, L., Papenburg, B. & Schmitz, S. (2018). Introduction: The Process of Imaging / The Imaging of Processes. *Catalyst: Feminism, Theory, Technoscience*, 4(2), 1–23.
- Jenss, H. (2016). Introduction: Locating Fashion/Studies: Research Methods, Sites and Practices. I H. Jenss (red.), *Fashion Studies: Research methods, Sites and Practices* (s. 1–18). Bloomsbury.
- Jonvik, M., Røssaak, E, Hammer Stien, H.H. & Sunnanå, A. (2019). *Kunst som deling, delingens kunst*. Fagbokforlaget.
- Leaver, T., Highfield, T. & Abidin, C. (2019). *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Polity Press.



- Mendes, S. (2019). The Instagrammability of the Runway: Architecture, Scenography, and the Spatial Turn in Fashion Communications. *Fashion Theory*, 25(3), 311–338. <https://doi.org/10.1080/1362704x.2019.1629758>
- Mensitieri, G. (2020). *The Most Beautiful Job in the World*. Bloomsbury
- Reade, J. (2021). Keeping it raw on the «gram»: Authenticity, relatability and digital intimacy in fitness cultures on Instagram. *New Media & Society*, 23(3), 535–553.
- Rees-Roberts, N. (2018). *Fashion Film: Art and Advertising in the Digital Age*. Bloomsbury.
- Rocamora, A. (2016). Mediatization and Digital Media in the Field of Fashion. *Fashion Theory*, 21(5), 505–522. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2016.1173349>
- Rocamora, A. (2019). Mediatization and digital retail. I A. Geczy & V. Karaminas (red.), *The End of Fashion: Clothing and Dress in the Age of Globalization* (s. 99–113). Routledge.
- Skjulstad, S. (2017). Mashing up the Fashion Image: Instagram Art, Fashion, and Technoculture in Douglas Abraham's Artistic Practice. *Ekfrase*, 1(2), 82–96. <https://doi.org/10.18261/issn.1891-5760-2016-01-02-12>
- Skjulstad, S. (2018a). McQueen og det sublime: Visningen av Voss (2001). *Kunst og Kultur*, 101(1–2), 104–117. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-3029-2018-01-02-07>
- Skjulstad, S. (2018b). Vetements, Memes, and Connectivity: Fashion Media in the Era of Instagram. *Fashion Theory*, 24(2), 181–209. <https://doi.org/10.1080/1362704X.2018.1491191>
- Skjulstad, S. (2021). «My favourite meme page»: Balenciaga's Instagram account and audience fashion labour online. *International Journal of Fashion Studies*, 2(8), 237–256.
- Skjulstad, S. & Morrison, A. (2016). Fashion Film and Genre Ecology. *Journal of Media Innovations*, 3(2), 20–41. <https://doi.org/10.5617/jmi.v3i2.2522>
- Tuite, A. & Horton, K. (2019). Crafting Symbolic Value: Art, Craft and Independent Fashion. *Creative Industries Journal*, 12(3), 284–300. <https://doi.org/10.1080/17510694.2019.1621587>
- Ugelvig, J. (2020) *Fashion Work*. Damiani.

- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University press.
- Wissinger, E. (2013). Fashion Modelling, Blink Technologies and New Imaging Regimes. I D. Bartlett, S. Cole & A. Rocamora (red.), *Fashion Media: Past and Present* (s. 133-144). Bloomsbury.
- Ytre-Arne, B., Syvertsen, T., Moe, H. & Karlsen, F. (2020). Temporal Ambivalences in Smartphone Use: Conflicting Flows, Conflicting Responsibilities. *New media & society*, 22(9), 1715-1732.
- Øien, I.F. & Zanon, J. (2021). «No, YOU make it! »: Outsourcing production to fashion consumers to mediate labour, *International Journal of Fashion Studies*, 8(2), 257-279. [https://doi.org/10.1386/infos\\_00053\\_1](https://doi.org/10.1386/infos_00053_1)

# Hjemmefra. Kunstformidling under koronapandemien

Caroline Ugelstad

Da kunst- og kulturinstitusjonene verden over stengte dørene våren 2020, og utstillinger og formidlingsaktiviteter ble satt på vent eller skrinlagt, vendte flere institusjoner og kunstnere seg mot digitale plattformer for å holde kontakten med publikum. Blant de digitale formidlingsaktivitetene som ble lansert, var læringsprogrammer, uformelle kunstklubber, online-utstillinger, *live-events*, utstillingsomvisninger og forskjellige former for kreative utfordringer på sosiale medier. Eksempelvis utfordret Getty Museum i USA publikum til å lage sine egne versjoner av kunstverk i museets digitale samlingskatalog ved hjelp av ting de hadde for hånden hjemme. Bildene ble postet på sosiale medier med emneknaggen #gettymuseumchallenge. I Norge utviklet Munchmuseet en serie digitale samtaler og omvisninger direktestrømmet på Facebook fra museets utstillinger, kalt «Vi bringer Edvard Munch hjem til deg». Barnebokforfatteren Carson Ellis lanserte kunstklubben «Quarantine Art Club» på sin egen Instagram-konto med daglige utfordringer som «tegn et selvportrett» eller «tegn et skattekart». Budskapet var «Let's keep making art. Let's stay connected», og bilder ble postet under emneknaggen #quarantineartclub.

Museer har lenge vært ivrige brukere av sosiale medier. Institusjoner som MoMA, Guggenheim og Tate har millioner av følgere på sine plattformer, kunstnere distribuerer kunst «rett hjem» på sosiale medier som Instagram, og publikum deler kunstopplevelser seg imellom.<sup>1</sup> Det ekstraordinære våren 2020 var at de strenge smitteverntiltakene gjorde at institusjonene, visningsstedene og kunstnerne nesten utelukkende formidlet og produserte kunst hjemmefra, altså fra den enkeltes hverdagslige sfære og ved hjelp av egen forbrukerteknologi. Tradisjonelt henvender institusjonene seg med en samlet og velregistrert autoritet. Nå ble denne autoriteten forskjøvet og spredt på flere enkeltpersoners stemmer. Offentlige og private sfærer ble blandet, og de hverdagslige rammene og rommene ble en forutsetning for den formidlingen som faktisk kunne foregå. Dette brøt med forventningene man har til hvordan de profesjonelle institusjonene og kunstnerne vanligvis opptrer i offentligheten.

Gjennom tre utvalgte casestudier ser jeg i denne artikkelen på hva som skjedde i det visuelle kunstfeltet våren 2022 da produksjonen og formidlingen av kunst fra en dag til en annen flyttet ut av institusjonene og «hjem» til kunstnerne og formidlerne. Karakteristisk for casene er at formidlingen foregikk fra hverdagslige steder som hjemmet, kontoret eller bilen, steder som vi normalt ikke forbinder med visningsstedene for kunst. Jeg ser på hvordan hverdagslivet var til stede i formidlingen, og hvordan formidlingen ble preget av de forbrukerteknologiene og de digitale plattformene som ble brukt. Artikkelen diskuterer ikke hverdagslivet i seg selv, men hvordan hverdagslivet ble et element og et miljø i formidlingen, og – omvendt – hvordan de sosiale medieplattformene bidro til å konfigurere hverdagslivet. Til grunn for artikkelen ligger det en tanke om at digitale og sosiale medieplattformer på grunnleggende måter er vevet inn i et hverdagsliv som vi alle deler, og at de har

---

1 I norsk sammenheng er Frida Orupabo og Maria Pasenau gode eksempler på kunstnere som bruker sosiale medier, spesielt Instagram, aktivt til å promotere og skape sin kunst. Se for eksempel Jonvik mfl. 2020, del 1.1 og 1.2.

en allestedsnærværenhet som bidrar til at hverdagslivssfæren utvides og endres. Dette ble i særlig grad synliggjort våren 2020.

## Hverdagsliv og sosiale medieplattformer

«Hverdagslivet» anvendes i denne artikkelen som analytisk kategori og begrep snarere enn som en betegnelse på et fenomen eller en gitt realitet. «Hverdagslivet» som begrep gjør det mulig å betegne, bestemme og beskrive et bestemt felt som består av – blant annet – ulike materialiteter, praksiser og maktrelasjoner, og en særlig sosial erfaring.

Min forståelse av hverdagslivet baserer seg særlig på den franske, marxistiske tradisjonen, hvor Henri Lefebvre og Michel de Certeau er to sentrale bidragsytere. Lefebvre forstår hverdagslivet som et distinkt moderne fenomen som oppstod på 1800-tallet. I tråd med teorien om fremmedgjøring hos Marx hevder han at hverdagslivet – parallelt med fremveksten av den kapitalistiske økonomien – først ble instrumentalisert og deretter, fra midten av 1900-tallet, gjort til en sone som primært var preget og definert av forbruk. Hverdagslivet har slik blitt kolonisert under kapitalismen, hevder han. Samtidig er hverdagslivet ifølge Lefebvre også knyttet til kroppslige og affektive rytmer som gir det en kritisk og revolusjonær impuls. Senere kulturstudier har knyttet denne motstanden i hverdagslivet til måten den enkelte konsument kan agere på. Her står de Certeau sentralt. Med begrepene strategi og taktikk har han beskrevet ulike praksiser folk har for å ta tilbake sin autonomi og utøve motstand gjennom hverdagslivet.<sup>2</sup>

Særlig tre dimensjoner ved hverdagslivet er relevante for denne artikkelen: Dets rom, kommunikasjon og estetikk. Hverdagslivets rom, kommunikasjon og estetikk settes opp mot den dominerende visningsformen i kunstfeltet, den såkalte hvite kuben og den type kunnskapsinstitusjon som dette rommet tradisjonelt representerer. Begrepet hvit

---

2 Lefebvre 1991; Certeau & Rendall 1988.

kube blir, ideologisk og stilmessig, tilskrevet Brian O'Dohertys tre essay om gallerirommet og de hvite veggene, først publisert i *Artforum* i 1976 og senere utgitt i essaysamlingen *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space*. Et galleri, sier O'Doherty, er konstruert over like strenge lover som middelalderkirkene. Hvitt, rent og kunstig, overflater som er urørte av tid, historie og historiens omskiftninger, og der et møbel eller publikums egen kropp fremstår som inntrengere.

I de tre formidlingstiltakene jeg analyserer her, møtte publikum helt andre rom enn de rene og hvite, nemlig hverdagslivets rom og estetikk. Hverdagslivets rom er i realiteten et spekter av rom. Det kan være arbeidsstedet, gaten eller hjemmet, og i tillegg bevegelsene mellom rommene, som å gå, kjøre bil eller sykle. Dette er steder eller soner som vi oppholder oss i eller passerer gjennom i takt med hverdagens ulike gjøremål. Det er rom som vi lever i og bruker, og som ofte fremstår som så opplagte at vi glemmer å stille spørsmål ved dem. I motsetning til dette er den hvite kubens et spesifikt rom, fysisk atskilt fra hverdagslivet. Det er et teknisk rom som tar hensyn til bestemte utstillingstekniske behov så som gulvflater, belysning og fleksibilitet, og som krever en viss kompetanse og en spesifikk praksis fra sine besøkende.<sup>3</sup> Hverdagslivets estetikk involverer på sin side folks mangesidige estetiske liv, gjenstander i daglig bruk, oppgaver rundt om i huset, interaksjoner med andre mennesker og gjentagende aktiviteter som å sove, spise eller arbeide. Hverdagslivets estetikk er karakterisert av hverdagsopplevelsens kvaliteter, som for eksempel pen, søt, lavmælt, rotete, prangende, smakfull, skitten, monoton, grå, spontant og velbrukt. I sosiale medier, og da kanskje spesielt i bildedelingsappen Instagram, er hverdagsestetikken særlig fremtredende ettersom mye av det som postes er amatørfotografier. Estetikken skiller seg fra den hvite kubens rene og «nøytrale» flater.

Det hverdagslivet jeg undersøker i denne artikkelen, utfolder seg på ulike sosiale medier. De typiske kommunikasjonsformene på de sosiale

---

3 Sæter & Seim 2018: 32.

medieplattformene er derfor relevante for å forstå de tre casene jeg analyserer. I *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media* definerer José van Dijck sosiale medier som online tilretteleggere eller forsterkere av menneskelige nettverk.<sup>4</sup> Et typisk trekk ved sosiale medier er at de bidrar til en sammenblanding av det private og det offentlige. De sosiale mediene brukes av privatpersoner til å kommunisere med andre brukere, men de brukes også til nyhetsformidling, markedsføring, offentlig informasjon og politiske ytringer. Sosiale medieplattformer som Instagram, Twitter og Facebook utvikler seg slik i skjæringspunktet mellom hverdagslig og profesjonell kommunikasjon. Å dele politiske meninger ved å knytte dem til hverdagslivet er for eksempel karakteristisk for hvordan influensere kommuniserer på Instagram. «Ved å holde det på et nivå følgerne deres kan identifisere seg med», hevder Elisabeth Wiken, «skaper de engasjement og ikke minst et bånd til følgerne som gjør at de stoler på dem og deres meninger.»<sup>5</sup> Sammenlignet med tradisjonelle medier er kravene til en autentisk avsender høyere, samtidig som poster og bilder som signaliserer uformell spontanitet, har større gjennomslagskraft enn mer formelle og planlagte oppdateringer.<sup>6</sup>

Globale teknologiselskaper som Facebook, Google og Amazon får stadig mer sentrale funksjoner i både det offentlige og det private livet. Plattformene fasiliterer kunst- og kulturopplevelser og endrer måtene for eksempel museene agerer i dialog med publikum på. Våren 2020 ble medieplattformer museenes og kunstnernes eneste mulighet til å kommunisere og interagere med publikum på – og publikums eneste tilgang til kunst og kultur. De digitale plattformene ble dermed avgjørende i museenes relasjonsbyggende prosjekt, og i kunstnerens produksjon, som ble utført i nært samspill med de plattformenes begrensninger og muligheter. I denne artikkelen bruker jeg begrepet

---

4 van Dijck 2013: 11–17.

5 Wiken 2020: 7.

6 Enli & Aalen 2015.

«plattform» som en generell betegnelse på et platå eller en samling av medier som de involverte bruker for å kommunisere det de har å formidle. Begrepet er riktignok hentet fra José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waals *The Platform Society*. Plattform beskrives her som en programmerbar arkitektur eller digital infrastruktur designet for å organisere personlige interaksjoner mellom brukere. En plattform består av data, som er automatisert og organisert gjennom algoritmer og grensesnitt. Plattformene er i hovedsak eid av selskaper som styrer etter profitt-drevne forretningsmodeller, og der forholdet til brukerne er styrt gjennom brukeravtaler.<sup>7</sup> Den økende bruken av digitale og sosiale medieplattformer til å dele og formidle blant annet kunst og kultur omtales gjerne som en «plattformiseringsprosess».<sup>8</sup> Plattformiseringen fører til en reorganisering av kulturelle praksiser rundt nettopp plattformene, og de legger til rette for nye former for sosialitet og kommunikasjon med publikum.<sup>9</sup> Plattformiseringsprosessene endrer viktige sektorer og livssfærer, inkludert journalistikk, transport, underholdning, finans og helsevesen.<sup>10</sup>

## Artikkelens tre caser

Min første case er en serie med korte videoer kalt *Samlingsstund* og publisert av Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design i Oslo (Nasjonalmuseet) på Instagram TV (IGTV), Facebook og YouTube. Over 19 episoder fortalte like mange av museets ansatte om sine favorittverk i samlingen. Min andre case er serien *Drop In with Artists* publisert i perioden mai–desember 2020 på IGTV av Museum of Modern Art (MoMA) i New York. I 18 episoder samtalte MoMAs kuratorer med kunstnere som er representert i MoMAs samling. Min tredje case er

---

7 van Dijck mfl. 2018: 4.

8 Wilson-Barnao 2022.

9 Poell mfl. 2019.

10 Poell mfl. 2019: 1–2.



det internasjonale kunstnerdrevne nettverket *Homecooking*. *Homecooking* ble startet i mars 2020 av flere personer, men kunstnerne Mariana Simnett og Asad Raza, og dessuten designeren, kuratoren og skribenten Prem Krishnamurthy, som alle på dette tidspunktet var Berlin-basert, var de mest synlige. På flere digitale plattformer, som Zoom, Twitch og Instagram, leverte *Homecooking* et bredt spekter av innhold, alt fra matkurs via intervjuer og konferanser til kunstneriske arbeider. I skrivende stund er *Homecooking* fremdeles et aktivt prosjekt. I denne artikkelen tar jeg for meg den første fasen av virksomheten våren 2020.

*Samlingsstund*, *Drop In with Artists* og *Homecooking* preges av at de har ulike avsendere. Nasjonalmuseet er et nasjonalt museum for kunst, arkitektur og design som med *Samlingsstund* først og fremst henvendte seg til et norsk publikum. MoMA, som er et av verdens viktigste og mest kjente museer for moderne kunst, rettet *Drop In with Artists* mot et internasjonalt kunstpublikum. *Homecooking* er et lite, uavhengig digitalt nettverk som først og fremst oppstod i Europa. Initiativet henvendte seg primært til kunstnerkollegaer og andre aktører i kunstfeltet. Men i motsetning til Nasjonalmuseets og MoMAs formidlingsprosjekter deltok ikke den enkelte aktør i *Homecooking* på vegne av noen kunstinstitusjon. *Homecooking* ble tvert imot etablert som en reaksjon på kunstinstitusjonenes måte å distribuere innhold på etter at de fysiske byggene ble stengt våren 2020, og som et forsøk på å respondere aktivt på og skape noe helt nytt i en krisesituasjon.


Nasjonalmuseet, MoMA og *Homecooking* tok alle i bruk ikke-profesjonelt, lett tilgjengelig utstyr som mobiltelefoner og sosiale medier for å produsere og distribuere innhold. De tok også i bruk Instagram, som for øvrig økte brukermassen i kunstfeltet betydelig under nedstengningen våren 2020.<sup>11</sup> Nasjonalmuseet distribuerte i tillegg *Samlingsstund* på Facebook og senere YouTube. *Homecooking* skiller seg fra Nasjonalmuseet og MoMA ved å ta i bruk et større antall ulike digitale plattformer.

---

11 Dawson 2021.

Den hjemmelagde visuelle retorikken til *Samlingsstund*, som i stor grad ble bestemt av den enkelte formidler på hjemmekontor, gjør serien til et godt norsk eksempel på hva som skjedde da kunstinstitusjonene flyttet formidlingen hjem våren 2020. Når det gjelder MoMA, er museets digitale praksiser i seg selv interessante, all den tid MoMA allerede hadde et enormt digitalt publikum før korona: I 2020 fulgte allerede til sammen over tretti millioner mennesker over hele verden museet på YouTube og andre sosiale medier.<sup>12</sup> *Drop In with Artists* hadde ikke desto mindre et like hjemmelaget preg som *Samlingsstund*, styrt av den enkelte formidlers estetiske valg. I denne artikkelen er dermed *Samlingsstund* og *Drop In with Artists* eksempler på brudd i vanlig formidlingspraksis, men på ulikt vis: De to tiltakene formidlet fra ulike omgivelser og benyttet ulike kommunikasjonsformer. De belyser dermed på ulike måter hvordan hverdagslivets rom, estetikk og kommunikasjon preget kunstformidlingen våren 2020. Mens *Samlingsstund* og *Drop In with Artists* mer spesifikt handler om de museumsansattes egen formidling, belyser *Homecooking* hvordan kunstnere selv bedrev kunstproduksjon hjemmefra under nedstengningen våren 2020. Som case bidrar *Homecooking* med å skape bredde og kontrast til studiet av en felles erfaring av å være hjemme, og hvordan dette påvirket kunstformidlingen våren 2020.

## Samlingsstund

28. mars 2020 introduserte Nasjonalmuseet serien *Samlingsstund* på Facebook og Instagram med teksten «Framover vil du møte flere av oss som jobber i Nasjonalmuseet for en liten samlingsstund. Vi vil dele verk fra samlingen som vi har et ekstra stort  for».<sup>13</sup> Serien bestod etter

---

12 Museum of Modern Art 2020a.

13 Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design 2020a. Serien ble lagt ut på museets YouTube-kanal først 6. april 2020, se Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design 2020c.

hvert av 19 korte filmsnutter som i hovedsak ble lagt ut med intervaller på 2–4 dager.<sup>14</sup>

*Samlingsstund* oppstod som resultat av en idémyldring internt i museet og ble også diskutert i ledermøtet. Serien ble utviklet av ressurser fra avdelingene for samling, formidling, publikumsopplevelse og kommunikasjon, og produsert av Nasjonalmuseets seksjon for publikumsopplevelse, som har overordnet ansvar for innholdet i digitale flater inklusive samling på nett og sosiale medier.<sup>15</sup> Nasjonalmuseet lanserte også to andre serier «hjemmefra» våren 2020, kalt *Hjemmekonservering* og *#Kreativ karantene*. *Samlingsstund* var altså ikke museets eneste formidlingstiltak som distribuerte innhold fra den enkelte ansattes hjem på sosiale medier. *Samlingsstund* pågikk imidlertid lengst, med langt flere episoder enn de to andre. Det mest ambisiøse digitale innholdet Nasjonalmuseet lanserte i 2020, var den nye brukerorienterte løsningen for museets digitale samling. Den digitale samlingskatalogen ligger på museets nettside sammen med tjenesten «lag din egen samling», der publikum kan lage egne samlinger fra en katalog på rundt førtifem tusen verk. «Lag din egen samling» er et ambisiøst og profesjonelt prosjekt for det nye Nasjonalmuseet, som selv kaller det et nytt «digitalt kunstunivers».<sup>16</sup> *Samlingsstund* brøt med den profesjonelle kvaliteten og designen på dette universet, og med de estetiske konvensjonene i Nasjonalmuseets digitale innhold for øvrig.

I *Samlingsstund* fortalte ulike ansatte (blant annet en kurator, en samlingsmedarbeider, en markedsdirektør, en kommunikasjonsdirektør, en digital rådgiver, en bibliotekar og en arkivar) om sine favorittverk i samlingen. Ansatte i hele organisasjonen ble invitert til å delta, og det var opp til den enkelte om man ville og hadde tid til å stille. Eksempelvis snakket konservator Hannah Vickers om en trøye fra 1600-tallet.

---

14 Den siste episoden, episode 19, var unntaket. Den ble lagt ut over en måned senere, 24. juni 2020.

15 Samtale med Eirik Kydland, 24. august 2021.

16 Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design 2020a.

Markedsdirektør Tord Krogtoft hadde valgt seg Balthasar van der Asts *Stilleben med frukt* fra midten av 1600-tallet. Seniorкуратор i formidling Ellen Lerberg fortalte om Orazio Gentileschis maleri *Judith og tjenestekvinnen med Holofernes' hode* (cirka 1608). Andre «favoritter» var kjente norske kunstnere som Christian Krogh, Kai Fjell og Harriet Backer, i tillegg til kunsthåndverk, blant annet en tekanne, en praktpokal og et smykesett fra 1762. Utvalget bestod i hovedsak av historiske verk i tradisjonelle medier som tegning og maleri, og få samtidskunstverk ble omtalt. En episode var riktignok viet kunstneren Susan Hillers installasjon *Din tanke er fri* (2011–2012). En annen episode omhandlet *artists books* av den norske kunstneren Kurt Johannessen.

Samlingsstundene ble filmet i høydeformat for å bli distribuert til mobilbrukere av Facebook og Instagram på IGTV. IGTV er en selvstendig applikasjon som Instagram lanserte i 2018, men som ble integrert i den ordinære Instagram-appen i 2022. Appen var primært tilrettelagt for vertikale videoer, selv om det også var mulig å publisere horisontalt. Og mens den ordinære Instagram-appen kun ga rom for videoer på opptil seksti sekunder, åpnet IGTV-appen for videoer på opptil en time. Videoene kunne inngå i billedstrømmen på Instagram og vises på den enkelte brukers profil som korte forhåndsvisninger. Hvis man klikket seg videre til langversjonen, ble videoen åpnet i fullformat og med lyd i IGTV. Ettersom engasjementet for samlingsstundene ifølge Nasjonalmuseets kommunikasjonsdirektør Eirik Kydland var relativt stort, ble filmene senere også publisert på YouTube.<sup>17</sup> Kydland poengterer at museet vanligvis tilpasser videoserier til ulike digitale kanaler og seersituasjoner. Fordi museet ville senke terskelen for bidragsyterne som var alene på hjemmekontor, og som filmet selv eller fikk hjelp av en partner eller et barn til å filme, ble ikke dette gjort med *Samlingsstund*.<sup>18</sup> Den enkeltes valg og erfaring med sosiale medier bestemte uttrykket.

---

17 Samtale med Eirik Kydland, 24. august 2021.

18 Samtale med Eirik Kydland, 24. august 2021.

Hver episode i *Samlingsstund* var en kort video på mellom ett og to og et halvt minutt laget over mer eller mindre samme lest: En ansatt presenterte seg selv og verket, ispedd morsomme fakta eller personlige historier. Den museumsansatte forholdt seg til en enkel rettleiding for hvordan filmsnuttene skulle gjøres: De korte videoene skulle filmes med mobiltelefon i format 9:16. Alle snuttene skulle innledes med «Hei! Jeg heter XX og jobber som XX i Nasjonalmuseet. I dag har jeg lyst til å fortelle om verket XX, fordi osv.» Videoene skulle rundes av med en vignett. Ofte startet den museumsansatte med å holde opp en bok med et bilde av verket. Nasjonalmuseet tok høyde for at folk ofte ser innhold på sosiale medier uten lyd, og teksten derfor serien. At filmsnuttene var så korte, bidro til at *Samlingsstund* ikke umiddelbart fremstod som et formidlingsprosjekt i betydningen av å produsere pedagogisk kunnskap innenfor museets ulike fagfelt. Sjangermessig plasserte *Samlingsstund* seg heller et sted mellom lavterskel formidling og kommunikasjon utviklet spesifikt for å publiseres på sosiale medieplattformer.

Ett av hverdagslivets mest karakteristiske rom, hjemmet – omgjort til hjemmekontor – var synlig i nesten alle videosnuttene. En rødtrutede kjøkkenduk, en henslengt Spider-Man-dukke, overfylte bokhyller, stueplanter, gardiner og en knaggerekke var blant de hjemlige rekvisittene. Enten utsnittene inneholdt hjemlige markører eller rene veggflater, framstod de nøye komponerte. For noen var det øyensynlig et poeng å aksentuere hjemmekontorsettingen med tilsynelatende tilfeldig rot og hverdagslige ting. Andre syntes mer opptatt av å holde det visuelle uttrykket så nøytralt som mulig. Med nærbilder av den enkelte ansatte innimellom sakte sveipende verksbilder lå vekten like mye på personen som formidlet verket, som på verket selv. Min personlige erfaring var dermed ikke at *verkene* kom hjem til meg. Formidlerne og deres nærvær i omgivelsene tok oppmerksomheten.

Nasjonalmuseets Instagram-profil er, ikke overraskende, gjennomgående preget av profesjonelt redigert visuelt innhold. Her finnes for eksempel fotografier av og videoer om verk i samlingen og utstillinger, bilder fra flytteprosessen til det nye museumsbygget og



➤ **Bilde 1** Kommunikasjonsdirektør Eirik Kydland viser Kitty Kielland i *Samlingsstund #17*. Skjerm-bilde fra Nasjonalmuseets Instagram-profil.



➤ **Bilde 2** Seniorкуратор i formidling Ellen Lerberg forteller om maleriet «Judith og tjenestekvinnen med Holofernes' hode» i *Samlingsstund #6*. Skjerm-bilde fra Nasjonalmuseets Instagram-profil.

dokumentasjon av viktige besøk til det nye Nasjonalmuseet. *Samlingsstund* skilte seg klart fra estetikken til og produksjonskvaliteten på dette digitale innholdet. Oppløsningen på bildene i videosnittene var dårlig, og kvaliteten på filmingen lav. Verkene ble for eksempel ikke filmet direkte, men oftest via en skjerm. Vi fikk nærbilder av ansatte i forskjellige positurer. Noen vendte hodet og blikket nedover mot mobilen eller den bærbare datamaskinen, slik at man så dem nedenfra og opp, andre tittet ned i en bok. Forbrukerteknologien var synlig i flere av videoene. Den amatørmessige og tilsynelatende tilfeldige filmingen ga et individualisert og hverdagslig estetisk preg ikke ulikt det man poster på Instagram privat (i hvert fall om man ikke har til hensikt å tjene penger på Instagram-aktiviteten).

Kommunikasjonen i *Samlingsstund* var preget av et hverdagslig, muntlig språk. Det var en implisitt autoritet i formidlingen, i og med at alle formidlerne representerte Nasjonalmuseet. Men argumentene som ble brukt for å forklare hvorfor de og de verkene ble trukket fram, var tilsynelatende mer personlig begrunnet enn institusjonelt bestemt. Et talende eksempel er *Samlingsstund #6* med seniorkurator formidling Ellen Lerberg. Hun fortalte om Orazio Gentileschis fremstilling av Judith og tjenestekvinnen med Holofernes' hode «som gjennom mange år har vært viktig for meg, og som jeg har fått lov å jobbe litt med»:

Vi ser at hodet til Holofernes har blitt liggende i kurven som tjenestepiken bærer på. Akkurat den kurven der, den er litt spesiell for meg. Fordi da jeg var liten jente, tok mamma meg gjerne med på museer. Og spesielt tok hun meg med på Nasjonalgalleriet fordi der var det gratis adgang, og veldig mye forskjellig og spennende å se på. Der husker jeg at dette maleriet av Gentileschi, jeg visste ikke at kunstneren het det den gangen, men det hang i første etasje og det var noe av det første jeg så når jeg kom inn døra. Som liten var det rart å feste blikket rett på kurven med hodet i. For hjemme hos oss hadde vi nemlig en kurv som lignet veldig. Jeg har denne kurven fremdeles [det vises bilde av

Lerbergs egen kurv] og dere ser at den har mye til felles med kurven i maleriet.<sup>19</sup>

En hovedhensikt med *Samlingsstund* var åpenbart å skape engasjement og interesse for Nasjonalmuseets brukerorienterte digitale samlingskatalog som museet lanserte dagen før første episode av *Samlingsstund*.<sup>20</sup> Som tittelen på formidlingstiltaket indikerer, skulle publikum «samles» om kunsten. I mange barnehager er samlingsstunden et viktig tidspunkt i den daglige rutinen der barna sitter sammen. Samlingsstundene har en bakenforliggende pedagogisk og oppdragende hensikt, og ikke minst er det relasjonsskapende viktig. Men i motsetning til barnehagenes samlingsstund lyktes *Samlingsstund*, navnet til tross, i liten grad med å etablere en reell dialog eller meningsutveksling med sine tilhørere. Mottagelsen av serien var unisont preget av «emoijs» og kommentarer som: «Vi gleder oss som barn hver gang dere legger ut på IGTV, kjempebra ❤️ ❤️ ❤️» og «Digger disse småsnuttene deres. Håper virkelig dere fortsetter med det. Gøy å få små brudd av Nasjonalgalleriets skatter rett hjem 😊👍».

I tillegg til å skape interesse for samlingen var en annen hensikt med *Samlingsstund*, ifølge Kydland, å vise bredden og sammensetningen i hvem som arbeider i et museum, og samtidig å vise at alle kan ha et engasjement for kunst, uavhengig av yrke.<sup>21</sup> Nasjonalmuseets kommunikasjonsdirektør forteller at prosjektet var basert på «dugnadsånd», og at det bidro til å underbygge museets visjon om å «gjøre kunsten tilgjengelig for alle og hver enkelt». <sup>22</sup> Dette forsøket på intern maktforskyvning mellom faggrupper er i tråd med hvordan museene som organisasjoner endrer seg mot økt tverrfaglig samarbeid og større gjennomsiktighet, samtidig som det inviterte publikum inn bak scenen.

---

19 Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design 2020d: 1:31.

20 Borud 2020.

21 Samtale med Eirik Kydland, 24.august, 2021.

22 Samtale med Eirik Kydland, 24.august, 2021.



På tross av intensjonen om å nå alle var det åpenbart at Nasjonalmuseet henvendte seg til et norsk publikum – serien hadde norsk tale og var teksten på norsk – og særlig til én viktig målgruppe for museet: de allerede kunst- og kulturinteresserte.<sup>23</sup> I utvalget av kunst lå vekten på kjente norske malere i samlingen og sentrale gjenstander i museets store samling av kunsthåndverk, samtidig som gruppen av ansatte som deltok, var relativt homogen. Selv om deltagerne i *Samlingsstund* hadde ulike museumsjobber, var de samlet sett en relativt ensartet gruppe med (for eksempel) lite aldersspredning og etnisk mangfold. Homogeniteten ble understreket av hjemmene det ble delt fra. Hjem er ofte grunnleggende preget av sosial, økonomisk og kulturell klasse-tilhørighet. De redigerte selvpresentasjonene i *Samlingsstund* viste at deltagerne – de museumsansatte – var en gruppe mennesker som delte visse estetiske referanser og klassetrek. Dette kom til uttrykk gjennom det jeg har antatt er nøye utvalgte bildeutsnitt. Samtidig som den rødruotede kjøkkenduken, kosedyret, overfylte bokhyller, stueplanter, gardiner og knagger er selvstendige identitetsmarkører i og for seg, bidro de til å gi serien – og dermed museet – en likeartet karakter.

Kydland omtaler det som «forløsende» og at «det var en frihet i» å lage *Samlingsstund*, og videre at man ikke hadde kunne laget noe så «hjemmelaget» etter at de strenge restriksjonene våren 2020 ble opphevet.<sup>24</sup> Dette indikerer at våren 2020 ga museet et mulighetsrom de ikke hadde hatt tidligere (og som de senere mistet). Ved å knytte formidlingene til formidlernes egne personlige erfaringer og hverdagsliv medvirket *Samlingsstund* til at Nasjonalmuseet fremstod som en delta-gende og tilgjengelig institusjon våren 2020. En institusjon som gjennom den enkelte museumsansatte på hjemmekontor brukte den felles erfaringen med å være hjemme, til å identifisere seg med og skape et bånd til sin følgere – særlig til dem som lignet på institusjonen selv.

---

23 Samtale med Eirik Kydland, 24. august 2021.

24 Samtale med Eirik Kydland, 24. august 2021.

## Drop In with Artists

«Drop in for our informal weekly discussion series, in which contemporary artists talk with MoMA curators about what they're working on, and what they've been thinking about in these unprecedented times.»<sup>25</sup>

Slik introduserte MoMA sin nye serie *Drop In with Artists* på museets nettside og Instagram mai 2020. Den første episoden ble lagt ut litt over en måned etter Nasjonalmuseets første *Samlingsstund*, 6. mai 2020. Den siste kom 16. desember 2020. Til sammen bestod serien av 18 livesamtaler, stort sett sendt med én til to ukers mellomrom. Samtalene er i dag å finne på MoMAs Instagram-profil, og det ligger også informasjon om serien på MoMAs nettside.

MoMA lanserte våren 2020 også et annet digitalt formidlingstiltak, kalt «MoMA Virtual Views», som i skrivende stund fremdeles pågår. Også denne serien gjorde det mulig for publikum å oppleve og lære om kunst hjemmefra. Våren 2020 brakte «Virtual Views» kunsten og museet hjem til folk gjennom videofortellinger, livesamtaler, spillelister, artikler med mer. Livesamtalene foregikk på Zoom, men lignet *Drop In with Artists* på den måten at deltakerne deltok hjemmefra. *Drop In with Artists* er imidlertid spesiell fordi seriens lange og dyptpløyende samtaler foregikk på IGTV.

Mens *Samlingsstund* baserte seg på at en person filmet seg selv alene eller ved hjelp av noen hjemme, brukte MoMA i *Drop In with Artists* Instagrams videosamtalefunksjon. Denne funksjonen gjør at brukerne kan samtale med inntil tre andre personer i appen, også live. En livesending på Instagram kunne våren 2020 vare opptil en time. I oktober 2020 ble dette endret til fire timer, som en konsekvens av hvordan publikum brukte appen under koronapandemien.<sup>26</sup> Episodene til *Drop In with Artists*, som foregikk som samtaler mellom MoMAs egne kuratorer og kunstnere representert i museets samling, var på tretti minutter hver.

---

25 Museum of Modern Art 2000b.

26 Perez 2020.



- **Bilde 3** Informasjonsdesigner Giorgia Lupi samtaler med Paola Antonelli, senior-kurator i avdeling for arkitektur og design ved MoMA *Drop in with Artists*. Skjermbilde fra MoMAs Instagram-profil.

Serien involverte syv mannlige og elleve kvinnelige kunstnere. De fleste kunstnerne var fra eller baserte i USA. Noen unntak var for eksempel den kinesiske kunstneren Cao Fei, Berlin-baserte Nairy Baghramian og Amsterdam-baserte Nora Turato. De 18 episodene var alle laget over samme lest med split-screen, betinget av Instagrams videosamtalefunksjon. Kurator og kunstner var plassert i de to bilde-rutene over hverandre. Kuratoren intervjuet, mens kunstneren snakket om sin praksis, om spesifikke kunstverk og om aktuelle tema i samtiden. Samtalene var lette, konverserende og uformelle, og språket var mindre styrt enn det vanligvis er i en kunstnersamtale på et museum. Noen ganger var deltagerne personlige, det nevnes barn, hjemsted og familie, og de fleste av tospannene syntes å kjenne hverandre fra før.

*Drop In with Artists* ble utviklet av MoMAs «Creative Team», som utvikler innhold og markedsmateriell knyttet til MoMAs samlinger og utstillinger i tradisjonelle og nye medier. *Drop In with Artists* fremstod mindre som markedsmateriell og mer som selvstendig

innholdsproduksjon. Episodene var lange og gikk i dybden. Likevel bør det nevnes at nesten alle refererte til et aktuelt samarbeid med MoMA, enten dette var kunstneriske arbeider eller tekster publisert i museets onlinepublikasjon *Magazine*, eller det var verk utstilt i MoMAs saler. Et eksempel er samtalen seniorkurator for fotografi Roxana Marcoci hadde med den amerikanske kunstneren Zoe Leonard. Denne episoden dreide seg om Leonards prosjekt *Al Rio/To the River* (2016–2021), som består av 550 fotografier og kartlegger den delen av Río Bravo/ Río Grande som markerer grensen mellom Mexico og USA. Samtidig som Leonard i *Drop In with Artists* reflekterte over prosjektet med bildene hengende i bakgrunnen i sitt studio, fant man de samme bildene og en tekst av Marcoci på MoMAs *Magazine*. Samtalen mellom kunstneren Theo Eshetu og Smooth Nzewi, kurator for maleri og skulptur, dreide seg på sin side utelukkende om Eshetus tidlige videoarbeid *Till Death Us Do Part* (1982–1987). Da samtalen fant sted, var verket utstilt i MoMAs stengte saler.

De museumsansatte snakket som regel fra hjemmekontoret. Gjennom å velge den fulle bokhyllen som bakgrunn i flesteparten av episodene, og generelt gjennom en ren, industriell estetikk, fremstilte MoMAs museumsansatte seg selv som en høyt utdannet gruppe mennesker med betydelig kulturell kapital, altså kunnskaper, ideer, språkbruk og vaner som legitimerer forskjeller i makt og status.<sup>27</sup> En viss variasjon i aldersspredning og etnisk mangfold endret ikke på at de museumsansatte framsto som en likeartet gruppe. Inntrykket var at MoMA først og fremst henvendte seg til likesinnede, til dem som allerede var en del av kjernepublikummet. Deltagerne i *Drop In with Artists* befant seg for det meste i storbyer som New York, Los Angeles, Berlin og Amsterdam. Bare noen få episoder brøt med dette. I samtalen som kurator for fotografi Sarah Meister hadde med fotografen Tina Barney, for eksempel, fortalte Meister at hun «kopler seg på fra sin mors hus i Connecticut», mens hun pekte på bokhyllen i bakgrunnen med sin fars

---

27 Se for eksempel Bourdieu 1995.



» Bilde 4 *Drop in with Artists*. Kunstneren Hank Willis Thomas i samtale med kurator for fotografi Sarah Meister ved MoMA. Skjermbilde fra MoMAs Instagram-profil.

bøker, og maleriet på veggen malt av hennes tante. Men dette var unn-taket. Som regel foregikk intervjuene i urbane, hverdagslige rom, enten dette var bilen, kontoret, kunstnerens studio eller ute på gaten.

Flesteparten av kunstnere gjennomførte på sin side samtalen i sitt studio eller hjemme-studio, noe de som selvstendig næringsdrivende sannsynligvis også ville gjort hvis det ikke var pandemi. Dette gir inntrykk av en yrkesgruppe hvor liv og arbeid, rom og kunstnerisk produksjon er tett sammenvevet. I enda større grad enn de museumsansatte knyt-tet intervjuobjektene – eller kunstnerne – samtalen til sitt hverdagsliv. Fotografen Tina Barney sitter for eksempel i sitt hjemmestudio som også fungerer som vrirle- og lekerom for familien. I «Drop in with Amy Sil-man» omtaler kunstneren rommet hun befinner seg i som en betingelse for produksjonen hun er i gang med. Hun har oppholdt seg i det samme rommet alene under hele pandemien, forteller hun. Rommet er lite og har kun ett bord, noe som bare muliggjør noen få former for kunstnerisk praksis. Det er ikke maling hun holder på med, for maling krever større

plass, men tegning av blomster fordi hun har blomster for hånden, og bordet. Bordet bruker hun også til å skrive bøker, forteller Silman.

I en av episodene sitter kunstneren Arthur Jafa i sin egen bil gjennom hele intervjuet. Også intervjuet med Hank Willis Thomas, et av de morsomste i hele serien, starter i bilen. Raskt begynner riktignok kunstneren å vandre rundt i gatene i New York med mobiltelefonen mens han strever med å få på seg en ansiktsmaske. Man skimter mursteinshus og en blå himmel, før Thomas, overraskende for både intervjueren og publikum, «tar over» samtalen og går inn i kunstneren Duke Rileys studio. Her kan det argumenteres for at selve byrommet og den muligheten mobiltelefonen ga Thomas til å bevege seg rundt mens han snakket, brakte til veie en form for autonomi i samtaleformatet han var del av.

Regien og det hverdagslige visuelle språket gjorde at *Drop In with Artists* skilte seg grunnleggende fra MoMAs profesjonelle digitale formidlingsproduksjoner og innarbeidede visuelle estetikk. Dette underbygger hypotesen om at det var begrensningene og mulighetene som ligger i forbrukerteknologien og IGTV som medieplattform, som formet videoene, og som la føringer for hva slags rom og situasjoner det ble formidlet fra. For eksempel gjorde håndholdt kamera at bildet beveget seg. Deltagerne så ikke alltid rett i kameraet, og noen ganger så man kun deler av ansikt. Til tider var lyden utydelig, bilder ble stilt inn før man satte i gang samtalen, noen drakk kaffe, snurret på stolen, en dør beveget seg i bakgrunnen. Lyder og forstyrrelser fra omverdenen blandet seg inn i samtalen. Noen av deltagerne i *Drop In with Artists* brukte aktivt ulike funksjoner i Instagram Live, som Thomas, som plutselig snudde kamera rundt for å filme omgivelsene. I *Drop in med Cao Fei* hadde kunstneren gjennom hele videoen på et filter som ga henne fregner og sommerfugler i ansiktet. Også her lot Instagrams teknologiske muligheter kunstneren selv i en viss grad ta regi over samtalen.

At Willis Thomas vandret rundt i byen, at Jafa satt i sin egen bil, hvordan Silman gjorde rommet hun befant seg i til en del av samtalen, og at Barney koblet seg på fra hjemmestudioet sitt, gjorde at man opplevde kunstformidlingen i *Drop In with Artists* som frigjort fra MoMA

som institusjon og fra museets hvite, fysiske saler. Samtalene knyttet seg riktignok til museet fordi det ble henvisning til samarbeidet mellom museet og kunstnerne, og fordi MoMAs Instagram-profil og vignett ble brukt. Dette preget likevel i mindre grad hvordan formidlingstiltaket virket. At *Drop In with Artists* først og fremst ble formet av de individuelle grepene enkeltpersonene i serien tok, og da spesielt intervjuobjektene, er med på å bekrefte antagelsen om at skjedde en forskyvning av autoritet fra institusjon til enkeltperson våren 2020.

## Homecooking

Artikkelens siste case, *Homecooking*, oppstod som en reaksjon på museenes strategiske valg og digitale kunstformidling våren 2020. En vesentlig del av kunstinstitusjonenes formidlingsaktiviteter bestod av digitalt å distribuere installasjonsbilder og videoer fra nedstengte utstillinger. I motsetning til en slik digital resirkulering av opprinnelig fysiske verk og format var *Homecooking* opptatt av at samtidskunstnere trengte nye rom for å opprettholde et fellesskap og for produsere kunst, på tross eller nettopp på grunn av en krisepreget tid. Implisitt i initiativet lå en kritikk av kunstverdenens økosystem og maktforhold, noe som også kom til uttrykk i deler av innholdet som ble publisert. Da koronapandemien rammet, mistet kunstnere oppdrag, utstillinger og kontaktpunkter. Krisesituasjonen vi alle med ett befant oss i, betød imidlertid ikke at den kunstneriske produksjonen måtte opphøre. Tvert imot argumenterte *Homecooking* for at krisen ga kunstverdenen mulighet til å tenke nytt og gjøre om på gamle strukturer. Initiativet handlet om å skape et rom for utveksling, der kunstnere fikk mulighet til å utforske og utnytte mulighetene i den nye situasjonen. At det ble et digitalt rom, der man tok eksisterende digitale medieplattformer i bruk, var et resultat av den pålagte sosiale distanseringen. *Homecooking* var like mye en produksjonsplattform som et formidlingstiltak. Med denne casen skifter jeg dermed oppmerksomheten fra hvordan de museumsansatte

formidlet fra hjemmekontoret i perioden, til hva og hvordan kunstnerne produserte hjemmefra på sosiale medier.

*Homecooking* hadde en frenetisk aktivitet den første tiden.

15 uker inn i oppstarten hadde *Homecooking* postet 97 bidrag av over 60 kunstnere, kuratorer, musikere og kokker i form av videosamtaler, workshoper, kunstprosjekter, eksperimentelle Zoom-konferanser, lydarbeider, matvideoer og mye mer. Innholdet var et resultat både av at *Homecooking* inviterte kunstnere til å bidra, og av at kunstnere selve sendte inn eget materiale. Det eneste kriteriet var at materialet skulle være et svar på situasjonen koronapandemien hadde satt kunstnerne i. Den økende administrasjonen, dokumentasjonen og annonseringen av *Homecookings* aktiviteter ble gjort av kunstnerne bak initiativet.<sup>28</sup>

Den første aktiviteten, 25. mars 2020, var en workshop av kunstneren Mariana Simnett på Instagram Live om hvordan man kan lage sine egne vinger. Aktiviteten handlet om å slippe fantasien løs og bryte isolasjonen mange befant seg i. Simnett inviterte publikum til å sende inn bilder av vingene de selv laget, som deretter ble postet på *Homecookings* Instagram-profil. Samtidig ble flere referansebilder med vinger fra kunsthistorien lagt ut. Kunstneren Asad Raza, som i likhet med Krishnamurthy var en av initiativtagerne til plattformen, gjennomførte dessuten flere intervjuer på Instagram Live med kuratorer og aktører i kunstverdenen som Hans Ulrich Obrist, Nancy Spector og Diana Campbell. Flere andre kunstnere tok også i bruk Instagram Live i sine prosjekter, som Lei Saito som hadde performancer på lørdagskveldene, og Lydia Ourahmane, som arrangerte *Walk in the Fennel*, der publikum kunne bli med på en virtuell gåtur gjennom et område med vill fennikel i noen åser i Algerie.

Plattformen delte også flere kunstprosjekter på sin Instagram-profil, blant annet Julie F. Hills direktestrømming av fjerne galakser gjennom online-teleskopet *Slooh*. Et annet eksempel var *Spending Days Inside Minutes*, en serie på syv ukentlige intervensjoner av kunstneren

---

28 Witch's Kitchen 2021: 46, 50.



Stéphanie Saadé. Kunstprosjektet bestod av en serie konseptuelle fotoprosjekter, med ni-ti fotografier i hvert av dem, oftest formidlet gjennom et rutenett på *Homecooking's* Instagram-profil. Prosjektet omhandlet «tid» under nedstengningen, en tid som Saadé åpenbart opplevde som både langsom og flat.



➤ **Bilde 5** «The First Second of the First Minute of the Last Hour of the Last Day». Skjerm bilde fra Stéphanie Saadés fotoprosjekt *Spending Days Inside Minutes* publisert på *Homecooking's* Instagram-profil april 2020.

*Homecooking* startet med å opprette et dokument på det nett-baserte tekstbehandlingssystemet Google Docs, hvor programmet fortløpende ble listet og annonsert med billedmateriale, tekster og lenker. Samtidig fikk alle bidragsyterne sine egne sider som la seg til dokumentet. Dokumentet fungerer i skrivende stund som et stort arkiv over plattformens aktiviteter.<sup>29</sup> Etter hvert tok *Homecooking* i bruk flere medier, som Instagram, Twitch, Vimeo, YouTube, Zoom og nyhetsbrev på e-post. Intervjuer og performancer ble for eksempel lagt ut på Instagram, filmvisninger på Twitch, diskusjoner på Zoom, lydarbeider på SoundCloud, sitater på Twitter. Den overveldende mengden av mediaplattformer var egnet til å forvirre og forstyrre. Å skape forvirring eller forstyrre med overlegg er innarbeidede taktikker i kunstfeltet. Grepene viste at initiativtagerne henvendte seg til meningsfeller. Til forskjell fra en kunstinstitusjon som bruker sosiale medier strategisk for å opprettholde sin relevans og for å nå flest mulig, var ikke økt engasjement rundt «en merkevare» eller kommunikasjon med følgerne det primære for *Homecooking*. Fremfor å holde publikum i ånde (og følgerskaren oppe) var prosjektet opptatt av å holde *kunstnerne* i ånde og virksomheten gående, blant annet ved å teste og eksperimentere med flere ulike digitale plattformer. En tanke bak initiativet var at sosiale medier våren 2020 ble viktig rett og slett fordi vi trengte dem. Det dreide seg ikke om at sosiale medier skulle fungere som erstatning for opplevelser vi gikk glipp av, men om at de fungerte som nødvendige verktøy for å opprettholde og skape andre former for kommunikasjon og produksjon i perioden med nedstengning og sosial distansering.<sup>30</sup>

*Homecooking* formidlet ikke fra hverdagslige omgivelser fordi den enkelte ansatte ble tvunget på hjemmekontor. Initiativet var heller en respons på at kunstnere ble «tvunget hjem» i den forstand at aktivitetene, utstillingene og reisevirksomheten de hadde planlagt, brått opphørte som et resultat av nedstengningen. Det hverdagslige

---

29 Homecooking 2020.

30 Anderson 2020.

i *Homecooking* var ikke bare omgivelsene det ble distribuert fra, men også det kunstneriske materialet kunstnerne hadde for hånden. Flere av kunstprosjektene ble utviklet i og med den hjemmesituasjonen den enkelte kunstner befant seg i. Samtidig tematiserte kunstprosjektene trivielle aktiviteter og fenomener vi assosierer med hjemmet og det hverdagslige, som matlagning, husholdningsartikler eller hverdagsrutiner. Hjemmet og dimensjoner ved det hverdagslige ble definerende premisser for den produksjonen som *kunne* foregå. Det hverdagslige trådte dermed frem som en særlig innvevd del av formen og innholdet på formidlingen.

*Homecooking* kastet slik lys over hverdagslivet som erfaring våren 2020. Ikke minst bidro prosjektet til å rette oppmerksomheten mot de materielle betingelsene for den kunstneriske virksomheten. Da handlet det om hva koronapandemien innebar for kunstnerens arbeidsvilkår, økonomi, sosiale fellesskap og hjemmesituasjon. Denne tematikken er ikke minst tydelig i den franske kunstneren Camille Henrots prosjekt *We The Agile Cats*, en serie kritiske tekster og samtaler som ble delt via *Homecooking*. Her peker Henrot på hvordan det var forventet at kunstnere skulle underholde, stimulere, gi håp og donere arbeider våren 2020, samtidig som det var få statlige, økonomiske ressurser tilgjengelig for eller satt av til å hjelpe yrkesgruppen.<sup>31</sup> Teksten *Artists have bodies, bills and babies*, distribuert av «anonymous» i juli 2020 på *Homecookings* Google Docs, Twitch og Instagram, understreket det samme. Mens kunstnerne ble bedt om å stille opp på «karanteneprogrammer», Zoom-konferanser og om å levere digitalt innhold uten kompensasjon, bestod kunstnerens eget hverdagsliv av å forhandle med husverten, passe på barn eller streve med å finne hjelp som mange innså at de ikke hadde rett på:

Now that the digital experience IS the cultural experience and that most sources of income for artist have gone dry, asking for free digital

---

31 Brank 2020.

or content is perpetuating the idea that artists can live off the exposure and that these opportunities are good enough. It perpetuates the idea that artists don't need to eat real food, the kind of food you buy with actual cash, the idea that artists don't have bodies, don't get sick, don't get pregnant, don't have kids, don't have bills to pay.<sup>32</sup>

Denne typen arbeider på *Homecooking* viste sårbarheten i kunstnerens økonomi og arbeidsforhold i møte med plattformiseringen av kulturen, slik denne prosessen akselererte under koronapandemien. I takt med at *Homecooking* vokste våren 2020, ble dette sågar et problem for plattformen selv, for heller ikke *Homecooking* honorerte i utgangspunktet bidragsyttere.<sup>33</sup>

*Homecooking* bar preg av improvisasjon, eksperimentvilje og et banalt visuelt uttrykk. Her fantes det ingen enhetlig eller kuratert stil eller særlig innlærte sosiale mediepraksiser. Tvert imot var *Homecooking* preget av et mangfold av ubetydeligheter, hverdagslige gester og forsøk, samtaler og utprøvinger. Den visuelle retorikken ga i enda større grad enn *Drop in With Artists* og *Samlingsstund* inntrykk av å være hjemmelaget. At teknologien til tider ikke fungerte, at tilhørerne måtte vente lenge før en videosamtale på Instagram kom i stand, at det var lyder og bråk i bakgrunnen, skurring og barn som måtte underholdes, fremsto som en integrert del av innholdsproduksjonen.

Det kan argumenteres for at hverdagslivsestetikken ble brukt for å posisjonere *Homecooking* og for styrke den kritikken som var innebygget i initiativet mot etablerte maktstrukturer i kunstfeltet. *Homecooking* spilte på motsetningsforhold som allerede er etablert mellom den «hvite kubens» og hverdagssfæren. Mens den «hvite kubens» i dette motsetningsforholdet representerer etablissementet, ble hverdagslivet løftet frem som en kritisk ressurs der man kunne utøve motstand, realisere sosial endring og få større eierskap til sitt eget liv og sin egen

---

32 Anonymous 2020.

33 Witch's Kitchen 2021: 44:30.

kunst. *Homecooking* var lite formidlingsvennlig og lite salgsvennlig. Heller framsto plattformen som et fritt kuratert utstillingsrom, helt uavhengig av den «hvite kuben».

## Avslutning

Hverdagslivet, skriver den franske teoretikeren, filmskaperen og forfatteren Guy Debord, «er alle tings målestokk».<sup>34</sup> Betydningen av hverdagslivet ble iøynefallende under koronapandemien, slik denne artikkelen viser. Det preget deler av både kunstformidlingen- og produksjonen våren 2020. Mens jeg i diskusjonen om *Samlingsstund* og *Drop In with Artists* har undersøkt de museumsansattes egen formidling hjemmefra, viser diskusjonen av *Homecooking* hvordan noen kunstnere organiserte seg og bedrev kunstproduksjon i og fra sitt eget hverdagsliv.

Som formidlingstiltak utviklet *Samlingsstund* og *Drop In with Artists* seg i et samspill mellom institusjoner og enkeltpersoner. Det var den enkelte deltager som gjorde de estetiske valgene på Instagram, for eksempel gjennom hvordan han eller hun filmet seg selv, hvor han eller hun valgte å være i «sin» episode, eller hva slags forbrukerteknologi han eller hun valgte å bruke. Fremstillingene brøt med forventningene til hvordan de profesjonelle institusjonene vanligvis opptrer i offentligheten, samtidig som det skjedde en forskyvning av autoritet fra kunstinstitusjon til enkeltperson, og en sammenblanding av offentlige og private sfærer. Etableringen av *Homecooking* som digitalt formidlingstiltak er et annet eksempel på at enkeltpersoner var med på å forme kunstfeltets digitale praksiser våren 2020. Slik kan det argumenteres for at plattformiseringen av kunst og kulturproduksjonen utfolder seg både langs institusjonelle dimensjoner og i individuelle kulturelle praksiser.

---

34 Debord 1962 (min oversettelse).

Artikkelen viser at det hverdagslige ble utnyttet og tematisert forskjellig i de tre casene. Felles for alle var det hjemmelagede visuelle preget. Hverdageestetikken i *Drop In with Artists* og *Samlingsstund* brøt med det profesjonelle, bearbejdet estetiske uttrykket museer som Nasjonalmuseet og MoMA vanligvis medierer seg selv gjennom, ofte skapt i samarbeid med kommersielle byråer som jobber innen design, kommunikasjon og markedsføring. Dette bruddet fremstår som et strategisk valg og en tilsiktet hverdagsliggjøring av institusjonenes selvframstilling i sosiale medier. Grepert «kledd» situasjonen våren 2020, da mange av publikummerne selv befant seg hjemme og kun hadde kontakt med museene via digitale plattformer. Den nærmest tilsiktede dårlige kvaliteten på filmingen, det muntlige språket og den personlige tilnærmingen gjorde at formidlingen ble trivialisert og gjort mer intim enn den ville vært inne i museenes «hvite kube». Kontrasten var likevel stor mellom de korte, godlynte videosnuttene i *Samlingsstund* og de lengre kunstnersamtalene i *Drop In with Artists*, som fremstod som et langt mer selvsikkert formidlingsinitiativ våren 2020. Noe kan forklares med de geografiske kontekstene *Samlingsstund* og *Drop In with Artists* oppstod innenfor. Samtidig var det ikke historiske verk i samlingen som ble formidlet i *Drop In with Artists*, ei heller kunsthistoriske anliggender, men samtidskunst, ofte med en kritisk eller politisk brodd. For *Homecooking* var den geografiske konteksten underordnet, ettersom initiativet oppstod uavhengig av en kunstinstitusjon med et bestemt geografisk nedslagsfelt.

*Homecooking*, som startet som et nytt initiativ av privatpersoner, brøt ikke med en allerede etablert og institusjonalisert estetikk slik de to andre casene gjorde, men rokket ved eksisterende maktforhold i kunstfeltet. Plattformen som ble skapt, anvendte hverdagslivet til å samle kunstnerne online i en felles forståelse for og aksept av den situasjonen som de aller fleste befant seg i på dette tidspunktet, men den brukte også hverdagslivet som kunstnerisk materiale for ny produksjon online. Kunstnerne trengte en møteplass og en følelse av tilhørighet i en krisepreget tid. *Homecooking* arbeidet på mikronivå og brukte

hverdagslivet til å skape dette fellesskapet, uavhengig av det institusjonelle kretsløpet kunstnere vanligvis er del av og forholder seg til. Hverdagslivet ble hentet fram som en ressurs for å tenke annerledes.

## Litteratur- og kildeliste

- Anderson, S. (2020, 9. juni). The Experience We were Supposed to be Having: ASAD RAZA on DIY Intimacy, Edouard Glissant, and Home Cooking. 032c. <https://032c.com/asad-raza-home-cooking>
- Anonymous (2020, juli). *Artists have bodies, bills and babies*. Homecooking. [https://docs.google.com/document/d/1UuCDWeXRE\\_x7K3UwQYe1nY8c5J5GVx8TJq8uqHV7H-E/edit#heading=h.2mlbc1rk97xm](https://docs.google.com/document/d/1UuCDWeXRE_x7K3UwQYe1nY8c5J5GVx8TJq8uqHV7H-E/edit#heading=h.2mlbc1rk97xm)
- Borud, H. (2020, 27. mars). Nasjonalmuseet hastelanserer Pinterest-inspirert «museum». *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/kultur/i/dO94M1/nasjonalmuseet-hastelanserer-pinterest-inspirert-museum>
- Bourdieu, P. (1995). *Distinksjonen: En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Pax.
- Brank, S. (2020, 13. november). *Cancel Rent. Conversation with Camille Henrot on movements against evictions and rent strikes in NYC*. Arts of the Working Class. <http://artsoftheworkingclass.org/text/capsules>
- Certeau, M. & Rendall, S. (1988). *The practice of everyday life*. University of California Press.
- Dawson, A. (2021, 29. mars). Instagram overtakes Twitter as most popular platform for museums during Covid-19 pandemic. *The Art Newspaper*. <https://www.theartnewspaper.com/2021/03/29/instagram-overtakes-twitter-as-most-popular-platform-for-museums-during-covid-19-pandemic>
- Debord, G. (August, 1962). Perspectives For Conscious Changes in Everyday Life. *Internationale Situationniste*, 6. <https://www.cddc.vt.edu/sionline/si/everyday.html>
- Enli, G. & Aalen, I. (2018, 14. mai). Sosiale medier. I *Store norske leksikon*. [https://snl.no/sosiale\\_medier](https://snl.no/sosiale_medier)

- Homecooking (2020). *\_home cooking\_* [Google doc]. Hentet 28. juni 2022 fra [https://docs.google.com/document/d/1UuCDWeXRE\\_x7K3UwQYe1nY8c5J5GVx8TJq8uqHV7H-E/edit](https://docs.google.com/document/d/1UuCDWeXRE_x7K3UwQYe1nY8c5J5GVx8TJq8uqHV7H-E/edit).
- Jonvik, M., Røssaak, E., Stien, H.H. & Sunnanå, A. (2020). *Kunst som deling, delingens kunst*. Fagbokforlaget.
- Lefebvre, H. (1991). *Critique of everyday life: Vol. 1*. Verso.
- Museum of Modern Art (2000a). *Digital Offerings from The Museum of Modern Art* [pressemelding]. [https://press.moma.org/wp-content/uploads/2020/04/MoMA-Digital-Content\\_Final.pdf](https://press.moma.org/wp-content/uploads/2020/04/MoMA-Digital-Content_Final.pdf)
- Museum of Modern Art (2000b). *Drop In With Artists*. <https://www.moma.org/calendar/programs/191>
- Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design (2020a, 27. mars). *Nasjonalmuseet lanserer nytt digitalt kunstunivers*. <https://www.mynewsdesk.com/no/nasjonalmuseet/pressreleases/nasjonalmuseet-lanserer-nytt-digitalt-kunstunivers-2986017>
- Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design [@nasjonalmuseet] (2020b, 28. mars). *Samlingsstund #1*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B-SQG17jtCv/>
- Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design (2020c, 6. april). *Samlingsstund #1* [video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=HFymvc-nBAg&t=1s>
- Nasjonalmuseet for kunst, arkitektur og design (2020d, 6. april). *Samlingsstund #6* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=\\_Z\\_swjYannI](https://www.youtube.com/watch?v=_Z_swjYannI)
- Perez, S. (2020, 27. oktober). Instagram extends time limits on live streams to 4 hours, will soon support archiving. *TechCrunch*. <https://techcrunch.com/2020/10/27/instagram-extends-time-limits-on-live-streams-to-4-hours-will-soon-support-archiving/?guccounter=1>
- Poell, T., Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Sæter, O. & Seim, S. (2018). Diskusjonen om det romlige. I O. Sæter & S. Seim (red.), *Barn og unge: By, sted og sosiomaterialitet* (s. 19–37). Cappelen Damm Akademisk.



- van Dijk, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (red.) (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Wiken, E. (2020). Instagram som «et tredje rom». Politisk meningsdannelse blant unge borgere. *Norsk Medietidsskrift*, 27(1), 1-15. <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2020-01-03>
- Wilson-Barnao, C. (2022). *Digital Access and Museums as Platforms*. Routledge.
- Witch's Kitchen (2021, 20. mars). *Shana Lutker in conversation with Prem Krishnamurthy, Asad Raza, and Marianna Simnett* [video]. Vimeo. [https://www.active-cultures.org/witches\\_kitchen\\_home\\_cooking.html](https://www.active-cultures.org/witches_kitchen_home_cooking.html)



# Kamerabasert kunst på digitale plattformer

Susanne Østby Sæther

Våren 2020 ble sosiale medier en hovedarena for deling og distribusjon av kunst fra kunstnere og kunstinstitusjoner verden over. De omfattende smitteverntiltakene som ble igangsatt i forbindelse med koronapandemien, skapte en rekke utfordringer for kunst- og kulturlivet, og gjorde at kunstinstitusjoner og museer verden over måtte stenge dørene. Samtidig stimulerte situasjonen mange kunstinstitusjoner og kunstnere til en fornyet utforskning av digitale produksjons-, formidlings- og distribusjonsformer, mens publikum ble stimulert til økt digital kulturbruk.

Museer og gallerier har gjennom det siste tiåret i økende grad brukt sosiale medieplattformer for å nå ut til og å aktivere publikum både i og utenfor utstillingsrommene, og for å måle publikumsengasjement.<sup>1</sup> De har i mindre grad brukt digitale plattformer til å dele og distribuere kunsten i seg selv. Gjennom 2020 endret dette seg, ettersom stadig

---

1 Hjørth & Hinton 2019: kap. 9; Wilson-Barnao 2021: Introduksjon og kap. 4.

flere kunstinstitusjoner og kunstnere presenterte sine verk på internett, og utforsket nye måter å samhandle med hverandre og publikum på via skjermer og digitale plattformer. Krisen fungerte dermed som en katalysator for intensivert utforskning av digitale teknologier også for *distribusjon* av kunst. Fra det opphøyde hvitmalte gallerirommet flyttet kunsten over til små skjermer i publikums hjem.

I denne artikkelen undersøker jeg forskjellige eksempler på distribusjon av visuell kunst via digitale plattformer. Mer spesifikt retter jeg oppmerksomheten mot kamerabasert kunst distribuert både av kunstinstitusjoner og direkte av kunstnerne selv i perioden mars til juni 2020, via medieplattformer for sosial samhandling. Gjennom tre case-studier ser jeg på hvordan kunstneriske praksiser og verk som allerede behandler ideer om distribusjon og deling av informasjon og «innhold», utfoldes og utfordres i møte med de ulike plattformenes tekniske begrensninger og muligheter.

Jeg analyserer følgende tre caser: Penelope Umbricos sesjon i programmet *Screen Walks*, en serie kunstnerpresentasjoner på Zoom organisert i samarbeid mellom Fotomuseum Winterthur i Sveits og The Photographers' Gallery i London; Anders Eiebakkes bestillingsverk til Fotogalleriets *Let's Talk about Images 2.1.0*, et kunstnerisk program som i hovedsak ble distribuert via Instagram; og animasjonsserien *2 Lizards* som er produsert av kunstneren Meriem Bennani i samarbeid med filmskaperen Ben Oraki og distribuert via Instagram. Eksempelene er valgt fordi de alle har introdusert innovative former for digital distribusjon av (kamerabasert) kunst som utfordrer etablerte, museale presentasjonsformer. Videre er de internasjonalt orienterte og spenner over ulike posisjoner i kunstfeltet (fra ledende kunstinstitusjoner til enkeltkunstnere), de er basert på etablerte, «ready to use»-plattformer utviklet for sosial samhandling, og de favner kunstneriske praksiser og distribusjonsformer som er grunnleggende digitalt betinget. Dette siste gjør at casene skiller seg fra majoriteten av digitale korona-initiativer fra etablerte kunstinstitusjoner i perioden, som typisk bestod i tilgjengeliggjøring av en allerede digitalisert museumssamling eller deling av

videoopptak av omvisninger i nedstengte utstillinger. Casene er ikke valgt for å være representative, men er strategisk utvalgt for å belyse hvordan kunstnere i økende grad har gjort distribusjon til gjenstand for kunstnerisk behandling. Alle eksemplene ble produsert og publisert i løpet av våren 2020 som konkrete responser på stengte kunstinstitusjoner. Som sådan gir de et tidsbilde, eller «snapshot», av en brytningsperiode der noen initiativ representerer en forbigående tendens, mens andre kan bidra til en mer varig rekonfigurering av feltet.

## Distribusjon, plattformisering og nettverksbasert fotografi

I kjølvannet av digitaliseringen generelt og fremveksten av sosiale medier utover 2000-tallet spesielt, har både kunstnere og kunst- og medieforskere i økende grad rettet oppmerksomheten mot hvordan distribusjonsmediene påvirker det som distribueres, og dermed også har estetiske implikasjoner.<sup>2</sup> Flere studier fra det siste tiåret fremhever hvordan distribusjonskanaler har stor innflytelse på hvordan vi opplever og forstår kunsten, og hvordan vi skriver dens historie.<sup>3</sup> Mens distribusjon tradisjonelt har vært behandlet separat fra estetiske forhold, har prosessen nå blitt et medieestetisk anliggende. Innenfor mediestudier henviser «distribusjon» helt overordnet til måten medieinnhold blir levert til publikum på. Distribusjon er funksjonen som organiserer dette innholdet i tid og rom.<sup>4</sup> I den innflytelsesrike studien *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in Networked Culture* (2013) avgrensner medieforskerne Henry Jenkins, Sam Ford og Joshua Green

---

2 Se for eksempel Cubitt 2005, Jenkins, Ford og Green 2013; Balsom 2017; Sæther 2018 og Jonvik mfl. 2020. Distribusjon har i økende grad også blitt et tema for forskning på sosiale medier, for eksempel gjennom studier av hvordan algoritmer blir brukt til redaksjonell utvalgelse.

3 Balsom 2017: 8.

4 Cubitt 2005: 1.

begrepet «distribusjon» til å gjelde for sanksjonert, profesjonalisert «top-down»-spredning av innhold, mens de bruker «sirkulasjon» om uformell «peer-to-peer»-deling av medieinnhold blant (for)brukere.<sup>5</sup> I min analyse og i min bruk av begrepet støtter jeg meg heller til Erika Balsom, som argumenterer for at grensene mellom distribusjon og sirkulasjon forstått på denne måten, i økende grad er porøse. Mediekonglomerater «oppfordrer til og profitterer på visse former for peer-to-peer deling», påpeker Balsom, en utvikling som har akselerert det siste tiåret.<sup>6</sup> Det klare skillet mellom profesjonell og brukernes egen spredning av innhold er derfor ikke egnet til å forklare det komplekse samspillet mellom ulike former for digital distribusjon og deling.

Plattformer er vesentlige i disse prosessene der skillet mellom profesjonelle og amatører blir svekket, og har gjennom pandemien fått større innflytelse på en rekke områder, inkludert i kunstfeltet. I boka *The Platform Society* (2018) beskriver José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waal «plattform» som en programmerbar arkitektur designet for å organisere interaksjoner mellom brukere. En plattform er drevet av data og automatisert og organisert gjennom algoritmer og grensesnitt. Plattformene er i hovedsak eid av selskaper som styrer etter profitt-drevne forretningsmodeller, og forholdet til brukerne er styrt gjennom brukervtaler.<sup>7</sup> Med denne omfattende definisjonen som utgangspunkt bruker jeg her også begrepet mer avgrenset om spesifikke digitale miljøer eller applikasjoner som gjennom grensesnittdesign og funksjonaliteter tilbyr et sett med muligheter og begrensninger, slik Taina Bucher og Anne Helmond har beskrevet det.<sup>8</sup> Det er disse sistnevnte forholdene jeg retter oppmerksomheten mot i analysene.

I undersøkelsen er det videre relevant å se på «plattformisering» som en prosess, slik forskningslitteraturen i økende grad gjør. I artikkelen

---

5 Jenkins, Ford og Green 2013: 2, sitert i Balsom 2017: 10, 11.

6 Balsom 2017: 10, 11 (egen oversettelse).

7 van Dijck mfl. 2018: 4.

8 Bucher & Helmond 2017: kap. 13.

«Platformisation» (2019) argumenterer Thomas Poell, David Nieborg og José van Dijck for at plattformisering utfolder seg langs tre institusjonelle dimensjoner: datainfrastruktur, marked og styring («governance»). Forfatterne påpeker videre at plattformisering fører til en (re-)organisering av kulturelle praksiser rundt plattformer, samtidig som disse praksisene igjen former plattformenes institusjonelle dimensjoner.<sup>9</sup> Kunstproduksjon- og distribusjon er eksempler på slike praksiser som i økende grad preges av plattformisering, med den globale pandemien som en akselererende kraft: Når sosiale medier og internett er de eneste midlene publikum har for å få tilgang til kulturinstitusjoner og deres samlinger og program, får plattformene en betydelig større rolle.<sup>10</sup>

At sosiale medieplattformer får en større rolle i publikums tilgang til kunst og kultur, har konsekvenser for hva slags kunst som produseres og distribueres. Fotografi er det «innholdet» som er mest delt på sosiale medier. Smarttelefoner med integrert kamerafunksjon og oppkobling mot internett har muliggjort umiddelbar deling av fotografier til et stort antall brukere. Sosiale medier har blitt fotografiske i sin karakter, hevder sosiologen Martin Hand, med de følgene at «fotografiet inngår i en større variasjon av sosiale praksiser». «Sosiale medier er nå primært visuelle i sin infrastruktur, estetikk og bruk», konstaterer han.<sup>11</sup>

Med et mediearkeologisk og programvareorientert perspektiv kan man samtidig hevde at fotografiets visuelle nivå i digitale miljøer er mer å anse som en ferniss, og at det kun er ett av flere sentrale trekk ved det digitale fotografiet. Fototeoretikerne Daniel Rubinstein og Katrina Sluis har fremmet dette synspunktet.<sup>12</sup> Helt grunnleggende består digitalt fotografi av bits som trenger en programvare for å kunne realiseres og fremvises som bilde. Det digitale fotografiet som sirkulerer på internett, inngår også i en rekke algoritmiske prosesser der det samles inn data.

---

9 Poell mfl. 2019.

10 Wilson-Barnao 2021: kap. 1.

11 Hand 2020: avsnitt 1.

12 Rubinstein & Sluis 2013a: 156.

Et digitalt fotografi rommer gjerne deskriptiv informasjon frembragt av kameraet og lagt inn i bildefilen, som dato, sted og kameratype. På internett følges bildet i tillegg ofte av en eller flere søkbare emneknagger som brukere legger til. Slike data og metadata gjør fotografiene maskinelt lesbare og søkbare, og er ifølge Rubinstein og Sluis avgjørende for bruk og sirkulasjon av bilder på internett.

Rubinstein og Sluis representerer en nyere fototeori som retter oppmerksomheten mot ulike sider ved fotografiets digitale eksistensvilkår, inkludert fotografiets sirkulasjon på internett og i sosiale medieplattformer. Betegnelser som «det algoritmiske bildet», «det fleksible bildet» og «fotomedieringer», lansert i løpet av de siste femten årene, fremhever de grunnleggende ustabile, fleksible og dynamiske kvalitetene ved digitalt fotografi.<sup>13</sup> Jeg diskuterer casene i denne artikkelen med utgangspunkt i en slik utvidet forståelse av fotografiet, der fotografiet ikke primært forstås som et fiksert og lagret bilde, men snarere som en prosess som stadig involverer andre medier. I det videre bruker jeg betegnelsen «nettverksbasert fotografi», som ifølge Geoff Cox med flere tydeliggjør hvordan fotografiet i dag er «intrikat sammenfiltret med programvare, maskinvare, koder, programmer, plattformer og brukere».<sup>14</sup>

Denne nye fototeorien og studier av fotografi i sosiale medier omhandler i hovedsak amatørfotografi, det vil si fotografi som er produsert og som sirkulerer i hverdagslige situasjoner utenfor den offisielle kunstverdenen eller andre profesjonelle sfærer. Det er denne typen fotografi vi finner mest av i sosiale medier.<sup>15</sup> Våren 2020 ble sosiale medieplattformer den primære kanalen for distribusjon av fotografisk eller kamerabasert *kunst*. Dette bidro til å synliggjøre en markant spenning i fotofeltet det siste tiåret. Både Andrew Dewdney og Sluis

---

13 Rubinstein & Sluis 2013b; Pontbriand 2011: 13 (siteret i Zylinska 2015: 12); Zylinska 2015: 11.

14 Cox mfl. 2021: 40 (egen oversettelse).

15 Hand 2020; Juergenson 2019.



har påpekt at det innenfor den etablerte museumskulturen råder en forståelse av fotografiet som et «singulært medium», mens fotografiet innenfor den nettverksbaserte kulturen primært blir forstått som et distribuert bilde.<sup>16</sup> Sluis hevder at museer gjennom sine praksiser for samling og utstillingsvirksomhet historisk sett har verdsatt fotografisk representasjon fremfor reproduksjon og distribusjon.<sup>17</sup> Noe forenklet har institusjonaliserte praksiser innenfor kunst- og kulturhistoriske museer med andre ord vektlagt fotografiets funksjon som avbildning av et motiv, i tillegg til dets funksjon som objekt i begrenset opplag, mens prosessene involvert i kopiering og spredning av fotografier i liten grad er prioritert. Fremfor å utforske det digitale fotografiets skjermbaserte eksistensvilkår og distribuerte karakter bruker museene kuratoriske strategier for å redde fotografiet «fra å oppløse seg i et skjermbilde», hevder Dewdney.<sup>18</sup> I de tre valgte casene utforsker derimot kunstnerne og kuratorene fotografiets distribuerte karakter både tematisk og teknologisk, gjennom konkrete, innovative modeller for digital distribusjon av kunst.

## ***Screen Walks*: rutenettets triumf**

*Screen Walks* er en serie med digitalt distribuerte kunstnerpresentasjoner lansert våren 2020 i samarbeid mellom to etablerte institusjoner for fotografisk kunst: Fotomuseum Winterthur i Winterthur i Sveits og The Photographers' Gallery i London. Begge er sentrale bidragsytere til diskursen om nettverksbasert fotografi internasjonalt. Institusjonene har utmerket seg med eksperimenterende kuratering og utstillingsformater som søker å overskride skillet mellom fysisk og digitalt rom. De har også aktive sideprogram og nettsider der de publiserer lengre

---

16 Sluis 2019, Dewdney 2013.

17 Sluis 2019.

18 Dewdney 2014 (egen oversettelse).

tekster av sentrale teoretikere, kunstnere og kuratorer om aspekter ved nettopp fotografiets nettverksbaserte betingelser og funksjon i dag. At *Screen Walks* representerer institusjonell tyngde og erfaring med digitale kuratoriske strategier, gjør programmet til en instruktiv case. I motsetning til svært mange kunstinstitusjoner hadde disse institusjonene en betydelig erfaring med digital distribusjon av kunst og et relevant nettverk av kunstnere og samarbeidspartnere som de effektivt kunne aktivere da de måtte stenge dørene.

Presentasjonene i serien har form av guidede «vandringer» gjennom digitale rom og nettsteder hvor de inviterte kunstnerne henter råmateriale til sitt kreative arbeid, eller som på annen måte er vesentlige for deres praksis, som for eksempel annonsesiden Craigslist, videoer fra YouTube eller det visuelle landskapet i dataspillet *Grand Theft Auto V*. Dette er rom man vanligvis ikke forbinder med kunstverdenen. I sin muntlige introduksjon til den første sesjonen presenterte Marco de Mutiis, digital kurator ved Fotomuseum Winterthur, serien som et initiativ for å opprettholde de to institusjonenes programvirksomhet under nedstengingen, og for å kunne fortsette den pågående utforskingen av nettverksbasert fotografi som de allerede var pådrivere for. Alle skjermvandringene ble gjennomført som livearrangementer på Zoom. Deltagere som hadde forhåndsregistrert seg, mottok en lenke til møtet og fikk mulighet til å stille spørsmål til den aktuelle kunstneren eller kuratoren gjennom chat-funksjonen, som var moderert av programmets kuratorer. Arrangementene ble i tillegg direktestrømmet via nettsidene til The Photographers' Gallery uten registrering. Opptakene har i etterkant blitt lagt ut på YouTube og integrert på nettsiden til The Photographers' Gallery. Gjennomsnittlig varighet for en «screen walk» er på om lag en og en halv time, men enkelte utgaver er kortere og andre betydelig lengre. Etter en pause over sommeren ble programmet gjenopptatt i september 2020, og det har fortsatt gjennom 2021 og utover i 2022.

*Screen Walks* ble innledet med den amerikanske kunstneren Penelope Umbrico, og det er et opptak av denne sesjonen som jeg

analyserer her.<sup>19</sup> I sine fotografiske installasjoner og videoverk jobber Umbrico ofte med store mengder amatørfotografier av bestemte motiv, for eksempel tv-apparater, skap og solnedganger, som hun finner på ulike «peer-to-peer»-nettsteder og bildedelingsplattformer. Slik gjør hun volum, akkumulasjon og sirkulasjon av fotografiske bilder til gjenstand for estetisk undersøkelse. Dette var også tema for hennes skjermvandring. I analysen retter jeg oppmerksomheten mot hvordan Umbrico presenterer sin praksis gjennom Zooms spesifikke funksjonaliteter og grensesnitt. Jeg legger særlig vekt på hvordan bruken av Zoom i dette tilfelle fremhever bestemte aspekter ved digital distribusjon av fotografi.

Zoom er en programvareplattform for videotelefoni og videokonferanser som raskt fikk stor utbredelse under de strenge sosiale koronarestriksjonene våren 2020, også for sosial samhandling utenfor arbeidslivet og for opprettholdelse av sosiale relasjoner. For Fotomuseum Winterthur og The Photographers' Gallery var den eksplosive veksten i bruken av Zoom i denne perioden, sammen med programvarens brukervennlighet og stabilitet, en viktig årsak til at de valgte nettopp den som plattform for *Screen Walks*.<sup>20</sup> Ifølge de Mutiis ble Zoom raskt et «symbolsk rom» for nedstengingen. Å ta i bruk dette rommet som en arena for kunst ble for ham et viktig «statement». I et intervju jeg gjorde med ham i september 2021, formulerte han det slik: «Hvis vi flytter alt til Zoom, også kunst og museumsrom, hva kan vi få til?»<sup>21</sup>

19 Opptaket er distribuert av The Photographers' Gallery via YouTube og er integrert i galleriets nettside (The Photographers' Gallery 2020). Jeg deltok også som publikum i den direktestrømmede presentasjonen.

20 Kuratorene hadde imidlertid en klar kritisk bevissthet om utfordringer knyttet til datainnsamling, overvåkning og standardisering ved bruk av plattformen og prøvde i forkant ut en rekke andre plattformer, inkludert løsninger programmert i åpen kildekode. Teams-samtale med Marco de Mutiis, 8. september 2021.

21 Teams-samtale med Marco de Mutiis, 8. september 2021.

Sesjonen med Umbrico innledes med at de Mutiis og medkuratoren John Uriarte ønsker velkommen, før Umbrico starter sin presentasjon. Her (og i øvrige sesjoner) er Zooms skjermdelingsfunksjon sentral: Kunstneren deler eget skjermbilde for å kunne snakke om research- og produksjonsprosess, filsystemer, digital taksonomi og estetikk. Skjermdelingsfunksjonen er en forutsetning for at publikum skal få tilgang til de digitale «rommene» Umbrico presenterer gjennom sesjonen. I øvre høyre hjørne ser vi kunstneren mens hun forteller om hva vi ser på, og om hvordan bestemte dataprogrammer og datamaskinens operativsystem inngår i arbeidsprosessen hennes.

Et slående trekk i Umbricos skjermvandring er at rutenettet opptrer som en organiserende struktur på flere nivåer. Kunsthistorikeren Rosalind Krauss fremhevet i essayet «Grids» fra 1979 rutenettet som et emblem for den modernistiske – og autonome – kunsten.<sup>22</sup> For Krauss var rutenettet en rent estetisk struktur som bidro til å avskjære forbindelsen til verden utenfor bildeflaten, mest iherdig utforsket i det abstrakte maleriet. I dag er rutenettet derimot et bærende element i en rekke digitale grensesnitt som muliggjør handlinger i verden utenfor bildet, som for eksempel sosial kommunikasjon. I Umbricos sesjon antar rutenettet flere funksjoner som mer spesifikt knytter an til digital distribusjon av fotografi.

Sesjonen innledes og avsluttes av Zooms karakteristiske gallerivisning i form av et rutenett av ansikter. Kunsthistorikeren Paula Burleigh har hevdet at rutenettstrukturen siden mars 2020 har blitt et emblem for en distinkt visuell kultur knyttet til pandemien. I en slående vending, hevder hun, har rutenettet nå «blitt reinvestert i det rotete, relasjonelle materialet fra hverdagslivet, og antatt en funksjon som vår digitale bar, arbeidsplass, klasserom og sosiale fellesrom».<sup>23</sup> Rutenettet gjør dessuten noe med relasjonen mellom de objektene eller personene

---

22 Krauss 1979.

23 Burleigh 2020 (egen oversettelse).

som vises på skjermen. Gallerivisningen gir i utgangspunktet kunstneren, kuratorene og publikum like vilkår når det gjelder bildestørrelse og plassering. Rutenettet bringer deltagerne sammen og fungerer tilsynelatende som en avindividualiserende, sosial «utjevner», slik mediekuratoren Christiane Paul har hevdet.»<sup>24</sup>

Når Umbrico tar i bruk Zooms skjermdelingsfunksjon, er presentasjonsverktøyet Prezi det første hun deler. For Umbrico er Prezi «et lerret» hun bruker til å «utforske og kartlegge» arbeidet sitt: «Hver gang jeg begynner på et nytt prosjekt, forsøker jeg å plassere det her for å se hvordan det er forbundet med mine andre arbeider», forklarer hun.<sup>25</sup> Gjennom Prezi presenterer Umbrico både ferdige og pågående prosjekter i form av bildegrupper kategorisert etter motiv og i hovedsak organisert som rutenett av varierende størrelse. Programvaren gjør det mulig å zoome inn på enkeltbilder eller ut til et overblikk over bildegruppene, som fremstår som miniatyrbilder mot en uendelig, hvit bakgrunn. Slik aksentueres forholdet mellom det enkelte bildet og dets detaljer på den ene siden, og systemer for organisering av store bildemengder på den andre. Både digitale bildedatabaser og før-digitale bildekataloger presenterer ofte bildene som rutenett av miniatyrbilder, noe Paul Frosh har påpekt.<sup>26</sup> Rutenettet er følgelig en veletablert markør for store bildemengder, eller det kunsthistorikeren David Joselit kaller «populasjoner» av bilder, og det bidrar her til å fremheve det kvantitatives betydning i Umbricos praksis.<sup>27</sup> Mens rutenettet for Krauss avskar bildeflaten fra verden utenfor, blir rutenettet for Umbrico – gjennom Prezi – en struktur som forbinder det enkelte bildet med populasjonen av bilder det inngår i.

---

24 Paul 2021.

25 Egen oversettelse.

26 Frosh 2013: kap. 8.

27 Joselit 2012: 15.



➤ **Bilde 1** Penelope Umbrico deler et vindu med programvaren Prezi under hennes «Screen Walk» i mars 2020. Oversiktsbilde som viser ulike bildegrupper, hvorav de fleste er organisert som rutenett.

Videre tar Umbrico deltagerne med inn i operativsystemets mappestruktur. I mappene lagrer hun fotografiene som utgjør råmaterialet for arbeidene. Én mappe inneholder for eksempel mengder av snapshots av tv-apparater hentet fra Craigslist.org – et nettbasert amerikansk rubrikkmarked – mens en undermappe rommer fotografier av ødelagte fjernsynsapparater. Umbrico presenterer innholdet i mappene delvis som vertikale lister og delvis gjennom visningsvalget «symboler», hvor rutenettet igjen organiserer materialet. Også her fremstår rutenettet som en markør for store bildemengder, men det knytter samtidig an til systemer for digital klassifisering og reklassifisering av den informasjonen som ligger i bildene. Mens de ødelagte tv-apparatene for Umbrico først var en variant av tv-apparatene, etablerte hun etter hvert en egen mappe for disse, forklarer hun. Et trekk som i én sammenheng var partikulært, blir generelt og definerende for en ny kategori av bilder. Forholdet mellom generelle og overordnede trekk ved fotografiene og detaljer

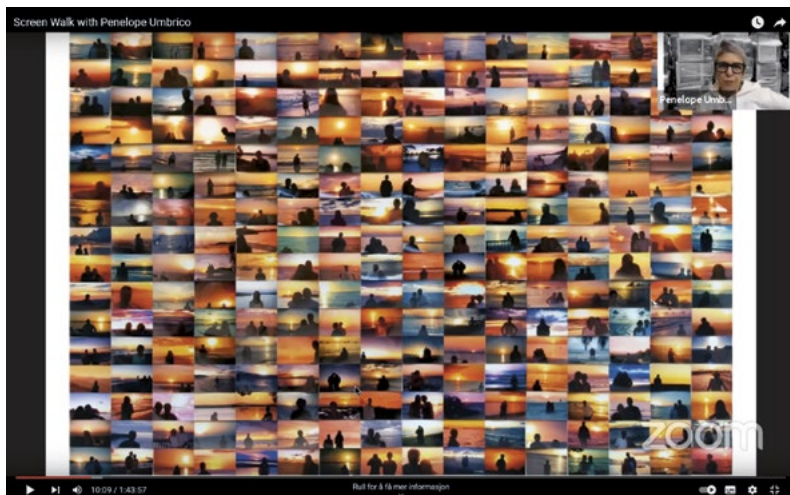
som knytter dem til det private, subjektive og partikulære, står sentralt i Umbricos praksis og hennes undersøkelse av hvordan fotografier endrer betydning og funksjon gjennom digital distribusjon og deling. I presentasjonen kommenterer hun hvordan et fotografisk portrett av en person foran en solnedgang kan være intimt, nært og unikt for den som har tatt det, men når det deles på en bildedelingstjeneste som Flickr, og ses i sammenheng med en mengde andre bilder med tilsvarende motiver, er det likhetene mellom dem som kommer til syne. «Idet jeg deler et bilde, blir det det samme som alle andres», oppsummerer hun.<sup>28</sup> Studier viser at plattformenes algoritmer og filtre, gjennom estetisk seleksjon, bidrar til at fotografiene vi deler blir mer ensartede.<sup>29</sup> At rutenettet organiserer stadig flere av hverdagslivets «rotete og relasjonelle» praksiser, innebærer at disse praksisene underlegges rutenettets utjevnennde struktur.

Til tross for at Umbricos råmateriale er nettverksbasert fotografi hentet fra ulike fora på internett, presenterer hun arbeidene sine primært i tradisjonelle formater som fysiske kopier montert i gallerirom og museer, eller i bokform, og ikke «delt» på digitale plattformer. Dette kommer frem i installasjonsbilder Umbrico viser gjennom Zooms skjermdelingsfunksjon, og slik tilføyes rutenettet ytterligere en dimensjon. Umbrico viser blant annet det fortsatt pågående arbeidet *Sunset Portraits from Sunset Pictures on Flickr* (2010–). Her samler Umbrico portrettbilder tatt foran solnedganger, hentet fra fotodelingsplattformen Flickr. Bakgrunnen for arbeidet er et lignende prosjekt som hun startet i 2006, hvor hun fant ut at ordet «sunset» var den termen som ble tagget mest dette året. Umbrico forteller at metoden først er å samle bilder med markerte silhuetter foran en definert sol, deretter gjør hun et løpende utvalg som hun bruker i arbeidet. Bildene maskinprinter hun i et fotolaboratorium rettet mot forbrukermarkedet. Når de små bildene presenteres i en utstilling, monteres de som et gigantisk rutenett tilpasset det spesifikke utstillingsrommet. Prosessen er typisk for mesteparten av Umbricos produksjon.

---

28 Egen oversettelse.

29 Rettberg 2019.



➤ **Bilde 2** Penelope Umbrico viser et installasjonsbilde av verket *Sunset Portraits from Sunset Pictures on Flickr* (2010–). Når verket presenteres i et utstillingsrom, monteres en stor gruppe enkeltbilder som et rutenett med dimensjoner tilpasset det spesifikke rommet.

I Umbricos presentasjon bygger rutenettet en bro mellom den etablerte kunstverdenen og en utvidet og nettverksbasert forståelse av fotografiet. Rutenettet bidrar til å synliggjøre hvordan Umbrico i alle deler av sin kunstneriske prosess, fra valg av råmateriale til verk montert i gallerirommet, utfordrer forståelsen av fotografi som et «singulært medium» og fremhever fotografiets distribuerte og algoritmiske karakter. Som et «symbolsk rom» forbundet med pandemien bidrar Zoom til å fremheve hvordan Umbrico utforsker spenningen mellom fotografiernes partikulære og generelle trekk slik den utspiller seg gjennom digital distribusjon og deling. I denne sammenhengen blir rutenettet en struktur som avgrensner og definerer enkeltbilder, men som samtidig knytter det enkelte bildet til en nær uendelighet av andre bilder.



## *Let's Talk about Images 2.1.0*: virale strukturer

Programmet *Let's Talk about Images 2.1.0* ble arrangert av Fotogalleriet i Oslo. Fotogalleriet ble etablert i 1977 og var det første permanente visningsstedet dedikert til fotokunst i Norge. Det er i dag en liten, men sentral arena for utstillinger og samtaler innenfor kamerabasert kunst i Norge. *Let's Talk about Images 2.1.0* var en serie med ukentlige presentasjoner av prosjekter utviklet av kunstnere og kuratorer spesifikt for dette programmet. Programmet ble planlagt og igangsatt umiddelbart etter at Fotogalleriet stengte dørene for publikum 13. mars 2020, og ble i hovedsak distribuert på Fotogalleriets Instagram-profil. Uttalte ambisjoner var å støtte kunstnere som fikk mange av sine betalte oppdrag avlyst under nedstengingen, å bevare Fotogalleriets rolle som brobygger mellom lokalt og nasjonalt fagmiljø, og å tilrettelegge for at kunstnere og publikum fremdeles kunne møtes.<sup>30</sup>

Åtte prosjekter ble publisert fra 16. april til 7. juni 2020 mens Fotogalleriet var fysisk stengt. Prosjektene inkluderte live «performanceforelesninger», aktivistiske innlegg og workshoper tematisk knyttet til pandemien, og dessuten deling av mer tradisjonell fotokunst på Fotogalleriets Instagram-profil. I tillegg ble Zoom og Facebook brukt til samtaler og direkte sendte innslag.<sup>31</sup> Programmet henvendte seg til et internasjonalt publikum, noe som kom til uttrykk både i valg av kuratorer og kunstnere, og ved at programmet gjennomgående var engelskspråklig. I det videre analyserer jeg prosjektet som avsluttet programmet: Den norske kunstneren Anders Eiebakkes prosjekt *The Park* (2020). Både tematisk og gjennom sin distribusjonsform behandler prosjektet spørsmål om spredning av, og tilgang til, «innhold» via digitale infrastrukturer. At prosjektet også inkluderer teknisk avansert

30 Kulturtanken 2020.

31 Følgende kunstnere og kuratorer deltok: performancekunstneren Manuel Pelmuş, kuratoren Anushka Rajendran, fotografene Salvatore Vitale og Bjarne Bare, Håkon Hoffart, kunstnerduoen AA og RG og kunstnerne Anahita Alebouyeh og Anders Eiebakke.

fotografi som ikke enkelt lar seg sluse inn i Instagrams bildestrøm, gjort det til et instruktivt eksempel for undersøkelsen.

*The Park* var et bestillingsverk på oppdrag fra Fotogalleriet og består av et såkalt sfærisk fotografi og syv videoer med varighet fra ett til fem minutter – én video for hver ukedag – som samlet danner en videosuite. Betegnelsen «sfærisk fotografi» brukes om interaktive panoramabilder som er bygget opp av enkeltfotografier, og som ofte er navigerbare i 360 grader.<sup>32</sup> Fotografiet og de syv videoene ble publisert på kunstnerens hjemmeside i uke 22, og – til forskjell fra mange av de andre prosjektene – ikke på en sosial medieplattform.<sup>33</sup> På Fotogalleriets Instagram-profil ble det i samme periode publisert tre enkeltinnlegg som henviste til verket, og som bestod av tekst og stillbilder fra videoene. I *The Park* utforsker Eiebakke distribusjonsstrukturer tematisk og gjennom å kritisk undersøke tekniske muligheter og begrensninger ved henholdsvis Instagram som en proprietær plattform og nettsiden som et dynamisk, åpent dokument på internett.

Videosuiten er utformet som en fiktiv videodagbok som skildrer gåturer i den folketomme Vigelandsparken under nedstengingen. Tematisk tar verket for seg opplevelsen av koronaviruset som en usynlig trussel. For hver ukedag får vi en ny fortelling om parken der fortid, nåtid og fremtid, krigshistorie, konspirasjon, overvåkning og sykdomshistorie veves sammen i en stadig mer uhyggelig og truende fremstilling, og hvor siste episode avsluttes med at viruset beseirer menneskeheten. Allerede i første episode får vi et frempek om hvordan det vil gå: «Everything turns digital. The whole world turns into digital

---

32 Da Eiebakke ble invitert til å utvikle et prosjekt for *Let's Talk about Images 2.1.0*, tok han utgangspunkt i et pågående arbeid med et slikt fotografi av Vigelandsparken, planlagt som et større interaktivt verk. Samtale med Anders Eiebakke, 23. august 2021.

33 I Instagram-postene angir Fotogalleriet at *The Park* er tilgjengelig på kunstnerens nettside frem til 12. juni 2020, men verket ligger fortsatt ute våren 2022, se Fotogalleriet 2020.

code, and afterwards there is nothing. You are alone, you will die alone. There will only be virus.» Utsagnet kommer fra parkforvalteren som jeg-personen møter på en av sine vandringer, og det bidrar til å løfte sammenfallet mellom biologisk og digital *viralitet* som en sentral tematikk i arbeidet. Tematikken følges opp i videre episoder blant annet gjennom henvisning til konspiratoriske forestillinger om at viruset spres gjennom 5G-nettet: «It's in the air. You can't see it. But if you really concentrate, you can feel the electromagnetism. The virus spreads in the waves, but the government keeps it a secret not to spread a panic.»

I dagligtale så vel som i medieteorier og -filosofi forstås «viralitet» som en spesiell form for distribusjon, karakterisert av rask og bred spredning av informasjon gjennom digitale nettverk. Man snakker for eksempel om at en video eller et fotografi har «gått viralt». I *The Park* aktiveres viralitet mer spesifikt på tre ulike måter: som et motiv i verket, som en mulig modell for spredning av verket som Eiebakke velger å *ikke* følge, og som en kunstnerisk strategi for «infisering» av et mediasystem. Som motiv er viralitet sentralt ved at flere av episodene berører forholdet mellom (biologisk) spredning av koronaviruset, digital spredning av informasjon og (sosial) «smittende» adferd, som konspirasjonsteorien nevnt over. For sosiologen Tony B. Sampson er et begrep om viralitet utgangspunktet for en modell for imiterende og repeterende sosial adferd tilpasset den nettverksbasert konnektiviteten som preger vår tid. Snarere enn å skissere en ren biologisk analogi til epidemiologisk smittespredning vektlegger Sampson hvordan smittende adferd ikke er forhåndsbestemt av en evolusjonær, genetisk kode, men at også tilfeldigheter spiller inn. Sosial viralitet favner dermed langt bredere enn fenomener som ligner biologisk spredning, hevder Sampson. I tråd med dette kan viralitet i Eiebakkes verk sies å tematisere en smitte som er av både biologisk og sosial art, sistnevnte understøttet av den digitale infrastrukturen.

Mens viralitet er et sentralt motiv i *The Park*, søkte ikke Eiebakke selv en viral spredning av verket da han valgte å tilgjengeliggjøre det på egen nettside heller enn via Fotogalleriets Instagram-profil. I 2021 har

Instagram godt over en milliard brukere og er den største bildedelings-tjenesten i verden målt i antall daglig brukere. Fotogalleriet valgte Instagram som hovedkanal for programmet fordi det var der de hadde flest følgere og registrerte størst aktivitet. Publisering av videoepisodene direkte på Instagram ville automatisk distribuert verket til Fotogalleriets følgere.<sup>34</sup> Imidlertid var det i stor grad opp til de inviterte kunstnerne hvilken plattform som skulle tas i bruk til prosjektene deres, og hvordan de skulle publisere.<sup>35</sup>

At Eiebakke ønsket en annen publiseringsløsning enn Instagram, eller noen av de andre sosiale medieplattformene Fotogalleriet benyttet, hadde både praktisk-tekniske og politiske årsaker. For kunstneren var det avgjørende med en distribusjonsform som rent teknisk tillot en stabil presentasjon av det sfæriske fotografiet av Vigelandsparken på tvers av maskinvare, operativsystemer og programvare.<sup>36</sup> Et sfærisk fotografi gir publikum muligheten til å rotere synsfeltet 360 grader rundt en midtakse og til å bevege seg rundt i landskapet ved å «klikke og dra». I fotografiet som inngår i *The Park*, kan betrakteren selv navigere i Vigelandsparken sett fra fugleperspektiv, basert på en sekvens av dronebilder som er montert sammen. Det er riktignok teknisk mulig å publisere sfæriske bilder på Instagram, men dette er teknisk krevende, og løsningen er lite fleksibel. Andre alternativer som Eiebakke vurderte, fordret at publikum hadde tilgang til avansert, teknisk utstyr, for eksempel VR-briller, for å få fullt utbytte av verkets interaktive dimensjon. «Hva er et sted hvor jeg kan si det jeg ønsker å si uten å gå på kompromisser med noe som helst?», ble et sentralt spørsmål for kunstneren i prosessen.<sup>37</sup> Konklusjonen ble, med Eiebakkes egen formulering, «å gjøre det mest mulig nært den teknologien som alle

---

34 I mai 2022 har Fotogalleriet nærmere tolv tusen fem hundre følgere.

35 Teams-samtale med formidlingsleder ved Fotogalleriet, Håkon Lillegraven, 1. september, 2021. Lillegraven fungerte som koordinator for *The Park*.

36 Samtale med Anders Eiebakke, Oslo, 23. august 2021.

37 Samtale med Anders Eiebakke, Oslo, 23. august 2021.

bruker; en hjemmeside som er kryss-plattform-sertifisert».<sup>38</sup> Ønsket om tilgjengelighet for publikum ble her balansert opp mot behovet for datatekniske løsninger som ikke innebar kompromisser for verkets funksjonalitet og bærende idé. Også idémessig er nemlig bruken av det sfæriske fotografiet vesentlig. Muligheten det gir for 360 graders overblikk knytter an til forestillinger om det alt-seende, og til overvåkning, som under pandemien ble aktualisert gjennom intensivert datainnsamling blant annet i applikasjonen Smittestopp og gjennom registreringer av personopplysninger ved for eksempel kafébesøk.

En annen teknisk utfordring var at Eiebakke ønsket å utforme videoepisodene uavhengig av Instagrams føringer på lengde og bildeformat. Alle de syv episodene i *The Park* overskrider Instagrams lengdebegrensning på 60 sekunder. Med IGTV (Instagram TV) som ble lansert som egen applikasjon i 2018, og som ble integrert i den ordinære Instagram-appen i 2022, ble det mulig å publisere lengre videoer, men Instagram prioriterer fortsatt et vertikalt orientert videobilde med sideforhold på 9:16, da dette matcher mobiltelefonens form og bruk best. Som kunstner utdannet ved Kunstakademiet i Oslo på 1990-tallet er ikke Eiebakke, ifølge ham selv, like fortrolig med det vertikale formatet som med det horisontale. Det horisontale formatet har vært normen for opptak og visning av bevegelige bilder siden filmmediets opprinnelse på slutten av 1800-tallet.<sup>39</sup> Vertikal video, derimot, har blitt utbredt gjennom det siste tiåret som et resultat av mobiltelefonens avlange form, skjerm og innebygde kamerafunksjon. Til videovisning på sin egen nettside har Eiebakke brukt videodelingsplattformen YouTube. YouTube er programmert for et horisontalt videoformat og gir mulighet for enkel integrering av videoer i eksterne sider. Til tross for at YouTube er utviklet for å fremme deling, legger ikke plattformen til rette for sosial

---

38 Samtale med Anders Eiebakke, 23. august 2021. Eiebakke bruker her betegnelsen «plattform» om ulike tekniske enheter («devices») fremfor som en digital infrastruktur, slik jeg definerer det i tråd med van Dijck med flere.

39 Samtale med Eiebakke, Oslo, 23. august 2021. Se Ross 2020 for en diskusjon av filmhistoriske eksempler på avvikende sideforhold.

interaksjon i form av tagging, kommentering og *likes* i samme grad som Instagram. Brukere trenger heller ikke å være registrert og innlogget med en brukerprofil for å få tilgang til innholdet. For kunstneren var det avgjørende at arbeidet skulle være tilgjengelig for alle interesserte, inkludert et publikum uten Instagram-konto. Eiebakkes posisjon kan i så måte beskrives som pragmatisk fremfor dogmatisk: Private, proprietære medieplattformer tas i bruk hvis de understøtter de teknisk-kunstneriske valgene og ligger «nær den teknologien alle bruker».

Å ta i bruk en teknologi «alle bruker», har også en politisk dimensjon. Gjennom en rekke prosjekter har Eiebakke siden starten av 2000-tallet kritisk utforsket problemstillinger knyttet til overvåkning og datainnsamling, blant annet gjennom utvikling av egne droner utstyrt med kamera. Med en sterk bevissthet om medieinfrastrukturens betydning for synlighet, maktutøvelse og muligheten til å kapitalisere på brukeradferd var det nærliggende for Eiebakke å arbeide uavhengig av en proprietær plattform som Instagram. Her må Eiebakkes pragmatiske holdning understrekes. Også YouTube's eier, Google, kapitaliserer på brukeradferd, men som nevnt understøtter YouTube i større grad enn Instagram Eiebakkes teknisk-kunstneriske valg. Den kunstneriske og politiske posisjonen Eiebakke inntar når han aktivt velger bort Instagram, har gjenklang i tidlige faser av det Jussi Parikka har kalt «viral filosofi». Parikka har anlagt et mediearkeologisk perspektiv på viralitet, der han ser på smitte («contagion») som et gjennomgående trekk ved digitale nettverksmiljøer.<sup>40</sup> I sin utlegning av «viral filosofi» vektlegger han hvordan et (teknologisk eller organisk) individs «utside» eller miljø kontinuerlig foldes inn i dets «innside» gjennom prosesser for replikasjon. Gjennom disse prosessene oppstår komplekse sammenføyninger mellom biologiske, sosiale og teknologiske systemer.<sup>41</sup> På 1990-tallet ble slike ideer om viralitet sentrale for subversive strategier innenfor mediekritikk og nettkunst. Her var det gjerne snakk om å «infisere» et system for å avdekke svakheter i systemet.

---

40 Parikka 2007.

41 Sampson & Parikka 2020; Parikka 2007.



➤ Bilde 3 Skjermdump fra et av innleggene om Anders Eiebakke verk The Park på Fotogalleriets Instagram-profil. Teksten er hentet fra verkets voiceover.

Eiebakkes kunstnerskap kan plasseres i forlengelsen av en slik viral tradisjon. I tidligere prosjekter har han blant annet tappet data fra mobilnettet og slik avdekket vesentlige mangler i mobildatasikkerhet.<sup>42</sup> I *Let's Talk about Images 2.1.0* sluser han verket sitt både via og utenom Instagram. Som jeg har vært inne på, var det en forutsetning for deltakelse i programmet at Fotogalleriet kunne publisere informasjon om prosjektene på sin Instagram-profil. Kunstnerne i programmet kunne likevel selv velge hvilke plattformer de tok i bruk for å publisere.<sup>43</sup> Fotogalleriets innlegg om *The Park* forholder seg til dette minimumskriteriet. De rommer informasjon om kunstneren og verket i form av stillbilder og sitater fra utvalgte episoder. Samtidig gir de arbeidet og kunstneren en institusjonell innramming. Mens andre poster i programmet gjengir fotografiske arbeid i sin helhet, eller deler innblikk i en kunstnerisk prosess, har Instagram-postene om *The Park* karakter av annonsering: De viser videre til det ferdigproduserte verket, som befinner seg utenfor plattformen.

Publiseringen av *The Park* på kunstnerens egen nettside kan slik ses som en kritisk, og i betydningen angitt over, viral strategi for å forhandle mellom «utsiden» og «innsiden» av et (medie)system, representert ved plattformen Instagram. Panoramafotografiet er avgjørende i denne sammenhengen: Teknisk var det utslagsgivende for publiseringen av verket på egen nettside, samtidig som det konseptuelt var bærende for en overvåkningstematikk som er gjennomgående i Eiebakkes kunstnerskap, og som han her utforsker i sammenheng med pandemien.

---

42 Arbeidet «Stealing Fire from the Gods» ble utviklet i samarbeid med Nando Schneider og vist på SOETH07 i Berlin i 2019. Arbeidet var basert på deres egenutviklede IMSI-catcher, hacking av mobilnettet rundt utstillingen og overføring av geolokaliseringsdata fra de besøkende til et tredimensjonalt lydbilde.

43 Teams-samtale med Lillegraven, 1. september, 2021.



## 2 *Lizards*: «moods» og «memes»

Der Eiebakkes prosjekt tematisk problematiserer viral spredning i sosial, teknologisk og kritisk forstand, kan IGTV-serien *2 Lizards* på en måte sies å ha «gått viralt» – vel å merke innenfor rammene av samtidskunstfeltet. *2 Lizards* er en nettserie skapt av den marokkanske video- og installasjonskunstneren Meriem Bennani i samarbeid med den israelske filmskaperen Orian Barki, som begge er basert i Brooklyn, New York. Serien kombinerer live actionopptak og dataanimasjon, og gjenskaper situasjoner fra karantenelevet i Brooklyn under nedstengingen våren 2020, formidlet med to humanoide reptiler som hovedpersoner. Fra mars til juni produserte og postet Bennani totalt åtte episoder av serien. Episodene varer fra rundt førti sekunder til over to minutter, og de ble publisert med én til to ukers mellomrom. Serien ble raskt mye omtalt og delt etter at første episode ble lansert i mars 2020.<sup>44</sup> Allerede i april 2020 ble de to reptilene beskrevet i *New York Times* som «corona virus art stars».<sup>45</sup> Museum of Modern Art i New York gikk i desember 2020 til innkjøp av serien til museets samling, men den er fortsatt tilgjengelig på Bennanis personlige profil på Instagram. I mars 2022 er første episode vist nesten to hundre tusen ganger på denne plattformen.<sup>46</sup>

De åtte episodene behandler ulike følger av nedstengingen og utspiller seg i en byleilighet og på utendørs lokasjoner i New York. Eksempelvis foregår første episode på en takterrasse ved solnedgang, med byens karakteristiske skyline i horisonten. Her danser øglene til Miles Davis' låt «It Never Entered My Mind», fremført av en trio av animerte dyr plassert på tak rundt om i nabolaget. Episodene drives fremover av samtaler mellom reptilene. Bennani og Barki låner selv stemme

44 Senere episoder har lavere seertall, som ligger på mellom 50 000 og 70 000 per 1. juni 2021.

45 Caramanica 2020.

46 Bennani 2020, sett 9. mars 2022. Serien er også tilgjengelig på kunstmagasinet *Artforums* profil på videodelingsplattformen Vimeo.



➤ **Bilde 4** Skjermdump av tredje episode av Meriem Bennani og Orian Barkis Instagram-serie 2 Lizards (2020). Bildet viser en dansevideo og demonstrerer videoenes horisontale orientering.

til figurene. Dette gir serien et selvbiografisk og dagboklignende preg. Estetisk, tematisk og gjennom kunstnerens valg av distribusjonsplattform behandler serien forholdet mellom sosial distansering og sosiale medier. Ikke minst gjelder dette tredje episode av serien, som jeg analyserer her. Tematisk kretser episoden rundt nettopp mediebruk, inkludert bruk av sosiale nettverksplattformer og deres integrering i hverdagslivet.

Den tredje episoden utspiller seg vekselvis i en leilighet der øglene ligger henslengt på hver sin seng, og utendørs hvor de vandrer rundt i et tåkelagt bylandskap. Her fremstår hjemmet som en trygg sone, der all kontakt med omverdenen foregår gjennom mobil- og dataskjermer. Vi ledes inn i episoden gjennom en sensuell dansevideo som fyller skjermen. Til et lydspor av R&B danser en feminin tiger henvendt mot kameraet. Lenestolen og den skjeve Harry Potter-plakaten i bakgrunnen gjør settingen privat og hjemlig, mens det veggmonterte helfigur-speilet antyder at danseren livnærer seg som webkamera-modell.



- **Bilde 5** Skjermdump fra tredje episode av 2 Lizards. Bildet viser en av øglene som ser en såkalt ASMR-video på en iPhone.

Neste klipp viser en av øglene som humrende nyter synet av videoen på en Mac-skjerm. I et senere klipp ser vi den andre øglen liggende på sengen mens hun ser en ASMR-video på mobiltelefonen, noe vi forstår takket være videoens karakteristiske hviskende stemme.<sup>47</sup> Både danse- og ASMR-videoer er former for adspredelse som er spesifikke for en digital delingskultur basert på brukeregenerert innhold. *2 Lizards* knyttes til en slik kultur og fremviser samtidig selvrefleksivt hva slags innhold serien konkurrerer med i kampen om oppmerksomhet.

Distrasjonene flyter etter hvert over i en nyhetssending. I fullskjerm-presentasjon ser vi Anthony Fauci, direktør for National Institute of Allergy and Infectious Diseases (NIAID) og medlem av White House Coronavirus Task Force, [som kommer med en uttalelse](#). Fauci ble for mange amerikanere en representant for helsemyndighetene som

---

47 ASMR-videoer (autonom sensorisk meridianrespons) er et YouTube-fenomen og refererer til videoer med opptak av kroppslige, rytmiske og myke lydintrykk som kan fremkalle en behagelig, prikkende sanseopplevelse, se Merriam Webster u.å.

utstrålte autoritet, troverdighet og trygghet i en prekær situasjon. Samtidig ble han et yndet hatobjekt for mange vaksineskeptikere og konspirasjonsteoretikere. Her er han gjengitt som en bebrillet slange, men med et autentisk stemmeopptak. «Viruset er klokken», uttaler Fauci og antyder urovekkende at det er vanskelig å angi et tidsperspektiv for bekjempelse av covid-19-pandemien. Også det forlatte byrommet utenfor er preget av en foruroligende atmosfære. I flere klipp vandrer øglene konverserende rundt i et tåkelagt intet. Metropolens stadig blinkende lys dempes av tåken som omslutter bylandskapet, som i en *film noir*, mens Donald Trumps karanteneskip seiler sakte fra land. I den avsluttende scenen er øglene innendørs igjen, der en av dem deltar i en Zoom-bursdag.

«We decided to go for moods», har Bennani uttalt i et intervju. Fordi nyhetsbildet var dominert av faktainformasjon – og sosiale medier av desinformasjon – ble «moods», eller stemninger, kunstnernes metode å forsøke å abstrahere informasjonen «til en følelse som kan drive en historie».<sup>48</sup> Stemningen ble forsterket av spesialkomponert musikk og gjennom å fremstille situasjoner og følelser som var unike for pandemiens første fase (frykt, kjedsomhet, samhold), og som mange delte. Forskning viser hvordan følelser, affekt og stemninger er sentrale drivere for deling av innhold og informasjon på sosiale medieplattformer.<sup>49</sup> Vi deler det som følelsesmessig fanger oss, som vi begeistres eller forarges av. Slik spres affekter og stemninger gjennom en form for «affektiv smitte».<sup>50</sup> Denne affektive smitten er ifølge Sampson et vesentlig trekk ved viralitet, forstått som en modell for sosial adferd.<sup>51</sup> Når skaperne av *2 Lizards* fremhever «moods» eller stemninger, forankrer de samtidig serien innenfor de sosiale medieplattformenes spredningslogikk.

---

48 Bennani sitert i Caramanica 2020.

49 Sampson mfl. 2018: Introduksjon.

50 Sampson 2018: Introduksjon til del IV.

51 Sampson 2018: Introduksjon til del IV (avs. 2).

I denne sammenhengen er Bennanis og Barkis valg av både den dagboklignende formen og Instagram som distribusjonsplattform betydningsfull. *2 Lizards* skriver seg inn i en historie av dagbokpreget videokunst, der blant annet amerikanske kunstnere som Gregg Bordowitz og George Kuchar står sentralt. Det er MoMA-kuratoren Martha Joseph som har påpekt dette i en introduksjon til serien.<sup>52</sup> I likhet med hvordan Bordowitz og Kuchar fremhever det hverdagslige, alminnelige og repeterende ved krisesituasjoner, i deres verk handler det om henholdsvis hiv-smitte og værphenomenet tornadoer, peker *2 Lizards* ikke på krisen som en hendelse, men heller på dens dagligdagse effekter: «Som hendelse er smitte usynlig, men ringvirkningene er tydelige», påpeker Joseph.<sup>53</sup> En slik fremstilling av krisen kan, fortsetter hun, knyttes til kultur- og affektteoretikeren Lauren Berlants begrep «crisis ordinariness», en form for krisens alminnelighet. I dette ligger det at «krisen ikke er eksepsjonell [...] men en prosess nedfelt i det ordinære som utfolder seg i historier om å navigere i det overveldende».<sup>54</sup> Som den tredje episoden av *2 Lizards* illustrerer, har sosiale medieplattformer under pandemien fått en viktig rolle i denne navigeringsprosessen: Plattformene blir en viktig kilde til informasjon (og desinformasjon) om en ekstraordinær situasjon, men de vever denne informasjonen inn i hverdagslivets rytme og praksiser. Omvendt utfoldes stadig flere av hverdagslivets aktiviteter via sosiale medieplattformer, en situasjon som ble intensivert under pandemien.

Valget av IGTV som distribusjonsplattform for *2 Lizards* forsterker seriens forbindelse til hverdagslivssfæren. Ved lanseringen i 2010 var Instagram en tjeneste kun for deling av fotografi, men siden har plattformen blant annet inkludert muligheten for video og

---

52 Joseph 2021. Blant Bordowitz' arbeider er den episodiske videosuiten *Portraits of People Living with HIV* (1993) relevant i denne sammenhengen. Kuchar er særlig kjent for sin omfattende videoserie *Weather Diaries*, som han startet i 1986, og som dokumenterer hans årlige opphold i El Reno i Oklahoma for å observere tornadoer.

53 Joseph 2021.

54 Berlant 2008: 4–9, sitert i Joseph 2021.

direkteoverføringer, og dessuten muligheten for shopping. IGTV ble, som jeg var inne på tidligere, lansert i 2018 som en selvstendig applikasjon for lengre videoformater, men videoene som publiseres her, kan også innlemmes i den ordinære Instagram-appens bildestrøm i form av korte forhåndsvisninger via profilen til den enkelte bruker. Det var slik *2 Lizards* ble publisert. Instagrams utvidelse fra fotografi til video og reklame innebærer et bredere spekter av brukeraktiviteter, og dermed også en høyere grad av det teknologibransjen selv gjerne omtaler som «brukerengasjement» og interaksjon. Som Tama Leaver, Tim Highfield og Crystal Abidin understreker i sin studie av Instagram, bidrar disse utvidelsene til å veve Instagram ytterligere inn i hverdagslivet.<sup>55</sup> Forbindelsen til hverdagslivet var da også utslagsgivende for Bennanis og Barkis valg av IGTV som publiseringsplattform for *2 Lizards*. Bennani har selv begrunnet valget med at «det er den plattformen vi bruker hver dag».<sup>56</sup>

Til tross for at Bennani ofte gjør opptak til sine videoinstallasjoner med mobilkameraet og er fortlølig med det vertikale formatet, har kunstnerne her valgt et horisontalt format, noe som bryter med «malen» og dermed de dominerende estetiske konvensjonene på Instagram. Hvis det vertikale videoformatet er forbundet med brukergenerert innhold og amatørpraksiser, slik blant andre Miriam Ross har påpekt, kan det motsatt hevdes at bruken av horisontalt videoformat på en sosial medieplattform signaliserer profesjonalitet. Som henholdsvis video- og installasjonskunstner og dokumentarfilmskaper og -produsent, begge med en masterutdannelse fra velrennomerte, internasjonale utdanningsinstitusjoner, er Bennani og Barki definitivt å anse for profesjonelle aktører. Det horisontale formatet har konkrete konsekvenser for hvordan betrakteren interagerer med videoene. På

---

55 Berlant 2008: 4–9, sitert i Joseph 2021.

56 Zoom-samtale mellom kurator Myriam Ben Salah og kunstnerne Meriem Bennani og Neil Beloufa arrangert av *Bidoun Magazine* i samarbeid med galleriet François Ghebaly (egen oversettelse). Se *Bidoun Magazine & François Ghebaly* 2020.

andre videodelingsplattformer som YouTube og Vimeo må brukeren aktivt trykke «play» for å starte en video. På Instagram, derimot, starter videoene automatisk idet man skroller nedover en *feed* av poster. For Bennani var denne funksjonen avgjørende for valget av IGTV, fordi det presumptivt gjør terskelen lavere for å se videoen: «Folk er late. De gidder ikke klikke på en lenke. Og jeg er den verste.»<sup>57</sup> Det horisontale videoformatet kan imidlertid sies å forstyrre den automatiske og friksjonsløse videoavspillingen plattformen legger opp til. For å se videoen fra egnet vinkel må brukeren aktivt rotere skjermen over i en horisontal posisjon. Dette kravet til aktiv handling gjør at *2 Lizards* skiller seg ut.<sup>58</sup> Mens det horisontale bildeformatet knytter serien til etablerte medierformer som kinofilm og fjernsyn, er episodenes korte varighet og den hyppige publiseringen diktert av en sosial medielogikk. Slik reflekterer *2 Lizards* endrede former for produksjon og bruk av bilder som går i retning av mindre, mer portable skjermer og brukergenerert innhold.<sup>59</sup>

Bennani har vært engasjert i diskusjonen om kunstnerens rolle under pandemien og nedstenging av kunstinstitusjonene. Ved å distribuere serien direkte via sin egen Instagram-profil har Bennani ønsket å omgå det hun har referert til som tendensen til at kunstinstitusjoner gjennom våren 2020 brukte kunstnere som «influensere». «Det dreide seg om ting som en selfie i studioet, en spilleliste; om alt det som ikke er kunsten», har hun forklart.<sup>60</sup> Fremfor å bli redusert til «innholdsleverandører» for kunstinstitusjoner med behov for stadig nytt innhold på sine profiler på sosiale medieplattformer, brukte Bennani og Barki situasjonen til å utforske former for produksjon og distribusjon som var mer uavhengige av kunstinstitusjonene. For kunstnerne ble Instagram en distribusjonsarena frikoblet fra (kunst)institusjonelle agendaer. Samtidig valgte de en privat, proprietær *ready-to-use*-applikasjon med

---

57 *Bidoun Magazine* & François Ghebaly 2020 (egen oversettelse).

58 Strauven & deRosa 2020.

59 Joseph 2020.

60 *Bidoun Magazine* & François Ghebaly 2020 (egen oversettelse).

gitte tekniske begrensninger og muligheter, som sin distribusjonskanal. Bred og enkel tilgang for publikum og muligheten for å produsere og distribuere (relativt) uavhengig fra kunstinstitusjonene, var altså viktigere enn plattformens tendenser til standardisering og sentralisering.

«Vi ville at den skulle være som et mem».<sup>61</sup> Slik har Bennani selv beskrevet seriens distribusjonsprinsipp. Et mem defineres gjerne som et kulturelt uttrykk som utvikler seg gjennom ulike former for etterligging eller kopiering, og gjennom konkurranse og utvelgelse.<sup>62</sup> Begrepet brukes oftest om visuelt materiale, som bilder og videoer, som spres raskt og bredt på internett. Sosiale medieplattformer er sentrale for spredningen. Internettmemer kan knyttes til viralitet, men for å anses som et internettmem må viral spredning blant annet «utvikle seg fra en enkelthendelse til å bli en gjenkjennelig struktur av elementer som kan varieres».<sup>63</sup> Mens viralitet er en prosess, er et mem en form for materiale som genererer en prosess. At *2 Lizards* var ment å skulle fungere som et mem, innebærer at serien skulle kunne danne utgangspunkt for nye versjoner laget av andre. I motsetning til kunstfeltets tradisjonelle modell for unike verk eller svært begrensede opplag (typisk tre til fem for reproduserbare medier som fotografi og video) ligger det her også et ønske om bredest mulig spredning av arbeidet. Som Bennani har utdypet, var hun interessert i å utforske distribusjonsmodeller som lignet mer på dem vi finner innen filmfeltet, der et verk kan vises på flere arenaer og steder samtidig. Slik utfordres singulariteten som definerer kunstfeltets verkstankegang, med stor gjenklang i nyere begreper om nettverksbasert fotografi.

---

61 *Bidoun Magazine* & François Ghebaly 2020 (egen oversettelse).

62 Shifman 2013; Ervik 2021.

63 Ervik 2021.



## Avslutning

Mens Eiebakkes videosuite *The Park* ble utviklet uavhengig av sosiale medieplattformer, er Umbricos «Screen Walk»-sesjon og Bennani og Barkis *2 Lizards* eksempler på det kuratoren Ben Vicker har beskrevet som å «legge innhold på toppen av en plattform». <sup>64</sup> I motsetning til strategier utviklet spesifikt for digital distribusjon av kunst uavhengig av eksisterende, proprietære plattformer, dominerte en slik «innhold på toppen»-tilnærming kunstinstitusjonenes innledende respons til pandemien. <sup>65</sup> Artikkelen viser imidlertid at også disse plattformbaserte konseptene og arbeidene rommer komplekse strategier for distribusjon, utviklet i utveksling med de ulike plattformenes tekniske muligheter og begrensninger, og differensiert ved at de vektlegger ulike aspekter ved distribusjonsprosessen.

Kuratorene bak *Screen Walks* tok i bruk Zoom på grunn av den eksplosive veksten i plattformens utbredelse i koronaperioden. Ambisjonen var å tilrettelegge for at kunsten kunne innta dette nye «symbolske rommet». I sesjonen med Penelope Umbrico bidro Zooms funksjonaliteter og grensesnitt til å fremheve vesentlige dimensjoner i Umbricos kunstnerskap spesielt og ved nettverksbasert deling av fotografi mer generelt. På ulike nivåer av den digitale informasjonsarkitekturen fremstod *rutenettet* som en viktig figur for organisering av store bildemengder, og som en markør for det digitale fotografiets distribuerte og nettverksbaserte karakter. Rutenettet bidro til å avgrense og definere enkeltbildet og dets partikulære detaljer, samtidig som det bidro til å fremheve generelle trekk ved store bildegrupper. På den måten fungerte det utjevne. Analysen påpekte dessuten hvordan rutenettet under pandemien har underlagt seg stadig flere av hverdagslivets mer private og «rotete» områder.

---

64 Vicker sitert i Bertrand 2022: 3.

65 Bertrand 2022: 3.

Programmet *Let's Talk about Images 2.1.0* var i hovedsak lagt til Instagram, fordi det var her Fotogalleriet registrerte mest aktivitet. Analysen av *The Park*, Anders Eiebakkes bestillingsverk til programmet, viser hvordan Eiebakke navigerte rundt det han anså som tekniske, konseptuelle og estetiske begrensninger ved Instagram, ved å distribuere videosuiten på egen hjemmeside. I dette tilfellet utviklet kunstneren og Fotogalleriet en egen (mer tradisjonell) digital distribusjonsløsning spesifikt for bestillingsverket. *Viralitet* fremstod her både som et motiv i verket og som en kritisk strategi for å forhandle mellom «utsiden» og «innsiden» av et (medie)system, representert ved plattformen Instagram. Derimot synes ikke viralitet forstått som rask og bred spredning av verket å ha vært vesentlig for Eiebakke: For ham var det viktigere å nå et interessert enn et bredt publikum.

Der Eiebakkes distribusjonsstrategi var rettet mot å utvikle et bestillingsverk mest mulig uavhengig av Instagrams begrensninger, jobbet Meriem Bennani og Orian Barki i hovedsak *med* de sosiale medienes logikk for å utfordre strukturer og praksiser i kunstfeltet. Instagramserien *2 Lizards* inngikk ikke i et kuratorisk konsept eller program utviklet av en kunstinstitusjon, men ble distribuert direkte på IGTV av kunstnerne selv. Bennanis uttrykte ønske om at serien skulle fungere som et *mem* – og dermed spres og modifiseres hinsides kunstnerens kontroll – utfordret de strengt regulerte modellene for begrenset opplag som dominerer i kunstfeltet. Også Instagrams innveving i en rekke av hverdagslivets praksiser og IGTVs automatiske videoavspilling viste seg vesentlig her, ved at terskelen for å se – og dele – serien ble lav. Mens Eiebakke prioriterte å nå et interessert publikum, ønsket Bennani og Barki å nå et «uinteressert» publikum.

Felles for casene er at de alle var kunstnære tiltak rettet mot å opprettholde en form for aktivitet og mot å skape nye modeller for distribusjon av kunst i en prekær situasjon, der oppdrag og inntekt bortfalt for mange kunstnere. De er eksempler på kulturelle praksiser som i utgangspunktet ikke er det Thomas Poell, David Nieborg og Brooke Duffy har kalt «plattformavhengige», men som i denne perioden

i større grad ble underlagt plattformenes teknikk og logikk.<sup>66</sup> Disse akutte responsene inngår i en mer omfattende og langvarig endring der kunstfeltet i økende grad plattformiseres, slik Wilson-Barnao minner om.<sup>67</sup> Samtidig er plattformisering basert på (ikke-jevnbrydige) interaksjoner mellom plattformer og kulturprodusenter, der også kulturprodusentenes praksiser influerer plattformenes institusjonelle utvikling.<sup>68</sup> Rutenettet, viralitet og memer er henholdsvis strukturer, prosesser og uttrykk som har blitt utbredt eller ytterligere utbredt gjennom sosiale medieplattformers grensesnitt og distribusjonslogikker. I casene blir disse formene utgangspunkt for videre kunstnerisk bearbeiding og for utvikling av nye strategier for distribusjon i kunstfeltet. På ulike vis – om enn i liten skala – utfordrer disse strategiene aspekter ved etablerte institusjoner, enten «institusjoner» her forstås som plattformer (slik Poell, Nieborg og Duffy gjør) eller som kunstinstitusjoner. Slik viser artikkelen noen av de komplekse kunstneriske forhandlingene som inngår i plattformiseringsprosessen, og noen av de kunstneriske handlingsrommene som åpner og lukker seg underveis.

## Litteratur- og kildeliste

- Balsom, E. (2017). *After Uniqueness: A History of Film and Video Art in Circulation*. Columbia University Press.
- Bennani, M. [@meriembennani] (2020, 18. mars). *2 Lizards Ep 1* [video]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/B92m4rrhiFx/>
- Berlant, L. (2008). Thinking about feeling historical. *Emotion, Space and Society*, 1, 4–9.
- Bertrand, S. (2022). Curating Networked Objects: Towards an Authentically Digital, Online Mediation Protocol for Art Digitizations. *Journal of*

---

66 Poell, Nieborg & Duffy 2022: Introduction.

67 Wilson-Barnao 2021.

68 Poell, Nieborg & Duffy 2022: Introduction.

- Curatorial Studies*, 11(1). Pre-print hentet fra <https://hcommons.org/deposits/objects/hc:40636/datastreams/CONTENT/content>
- Bidoun Magazine and François Ghebaly (arrangør) (2020). *Neil Beloufa and Meriem Bennani in Conversation with Myriam Ben Salah* [video av Zoom-samtale]. Vimeo. <https://vimeo.com/424369817>
- Braun, J. (2015). Social Media and Distribution Studies. *Social Media + Society*, 1(1), 1–2. <https://doi.org/10.1177%2F2056305115580483>
- Burleigh, P. (2022, 22. juni). Square Roots. *Artforum*. <https://www.artforum.com/slant/paula-burleigh-on-the-zoom-grid-83272>
- Caramanica, J. (2020, 22. april). The «2 Lizards» of Instagram are Coronavirus Art Stars. *New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/04/22/arts/design/lizards-instagram-coronavirus-stars.html>
- Centre for the Study of the Networked Image, Cox, G., Dekker, A., Dewdney, A. & Sluis, K. (2021). Affordances of the Networked Image. *The Nordic Journal of Aesthetics*, 30(61–62), 40–45. <https://doi.org/10.7146/nja.v30i61-62.127857>
- Cubitt, S. (2005). Distribution and Media Flows. *Cultural Politics*, 1(2), 193–214.
- Dewdney, A. (2013). Curating the Photographic Image in Networked Culture. I M. Lister (red.), *The Photographic Image in Digital Culture* (2. utg.). Taylor and Francis.
- Dewdney, A. (2014, mai). *Zombie Photography: Or, the Long Afterlife of the Analogue Image*. Keynote-presentasjon *Kræsj! Brytninger i fotoarkivet*. Landskonferanse for foto, Oslo. <https://openresearch.lsbu.ac.uk/download/145dc25a686a1dd8a16f121fb867214e2244329417e3831ea3e09795271c08a8/149648/Zombie%20Photography.pdf>
- Drotner, K. & Schrøder, K.C. (2014). *Museum Communication and Social Media: The Connected Museum*. Taylor and Francis.
- Eiebakke, A. (u.å). The Park. <https://www.anderseiebakke.no/>
- Elmer, G., Neville, S.J., Burton, A. & Ward-Kimola, S. (2021). Zoombombing During a Global Pandemic. *Social Media + Society*, 7(3), 1–20. <https://doi.org/10.1177/20563051211035356>
- Ervik, A. (2022, 16. februar). mem. I *Store norske leksikon*. <http://snl.no/mem>

- Fotogalleriet 2020. Fotogalleriet [@fotogalleriet] (2020, 5. juni). *It was springtime* [Instagram-post]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/CBDEIWunurx/>
- Frosh, P. (2013). Beyond the Image Bank. Digital Commercial Photography. I M. Lister (red.), *The Photographic Image in Digital Culture* (2. utg.). Taylor and Francis. <https://www.perlego.com/book/1612752/the-photographic-image-in-digital-culture-pdf>
- Hand, M. (2013). *Ubiquitous Photography*. Wiley.
- Hand, M. (2020). Photography Meets Social Media Image Making and Sharing in a Continually Networked Present. I G. Pasternak (red.), *The Handbook of Photography Studies*. Routledge.
- Helmond, A. & Bucher, T. (2017). The Affordances of Social Media Platforms. I J. Burgess, T. Poell & A. Marwick (red.), *The SAGE Handbook of Social Media* (s. 233–253). SAGE Publications. <https://dx.doi.org/10.4135/9781473984066.n14>
- Hjorth, L. & Hinton, S. (2019). *Understanding Social Media* (2. utg.). Sage Publications.
- Jaeggi, M. (2013, 14. januar). The Shifting Relations of Still and Moving Images. *Still Searching...* <https://www.fotomuseum.ch/de/2013/01/14/the-shifting-relations-of-still-and-moving-photographic-images/>
- Jonvik, M., Røssaak, E., Stien, H.H. & Sunnanå, A. (2020). *Kunst som deling, delingens kunst*. Fagbokforlaget.
- Joselit, D. (2012). *After Art*. Princeton University Press.
- Joseph, M (2021, 8. februar). Crisis Ordinairness: Meriem Bennani and Orian Barki's 2 Lizards. *MoMa Magazine*. <https://www.moma.org/magazine/articles/505>
- Juergenson, N. (2019). *The Social Photo. On Photography and Social Media*. Verso.
- Kaste, A.M. (2020, 12. oktober). Hva er ASMR? *forskning.no*. <https://forskning.no/internett-media-psykologi/interessen-har-eksplodert-pa-youtube-hva-er-asmr/1747566>.
- Krauss, R. (1979). Grids. *October*, 9, 50–64.

- Kulturtanken (2020, 27. september). Nye rom og nye praksiser. *Kulturtanken*.  
<https://www.kulturtanken.no/aktuelt/2020/nye-rom-og-nye-praksiser/>
- Leaver, T., Highfield, T. & Abidin, C. (2020). *Instagram*. Wiley.
- Merriam-Webster (u.å). *Words We're Watching: «ASMR»*. Hentet 28. juni 2022 fra <https://www.merriam-webster.com/words-at-play/asmr-abbreviation-meaning>
- O'Doherty, B. (1976). *Inside the White Cube: The Ideology of the Gallery Space*. University of California Press.
- Parikka, J. (2007). *Digital Contagions*. Peter Lang, International Academic Publishers.
- Paul, C. (2021, mai). *Becoming Hybrid: The State of the Art in Mixed Realities*. Keynote-presentasjon på HyMEx – Hybrid Museum Experience Online Symposium, online. <http://hymex2021.ludwigmuseum.hu/speaker/christiane-paul/>
- Poell, T., Nieborg, D. & Duffy, B.E. (2021). *Platforms and Cultural Production*. Wiley.
- Poell, T., Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>
- Pontbriand, C. (2011). *Mutations. Perspectives on Photography*. Steidl.
- Rettberg, J.W. (2019). Et algoritmisk blikk. Algoritmers rolle i produksjonen av hverdagsfotografier. *Norsk Medietidsskrift*, 26(3), 1–20.
- Ross, M. (2014). Vertical Framing: Authenticity and New Aesthetic Practice in Online Videos. *Refractory. A Journal of Entertainment Media*, 24. <http://refractory.unimelb.edu.au/2014/08/06/ross/>
- Ross, M. (2020). The Reconfiguration of Screen Borders: The New or Not-So-New Aspect Ratios. I S. Sæther & S. Bull (red.), *Screen Space Reconfigured*. Amsterdam University Press. [https://doi.org/10.5117/9789089649928\\_ch04](https://doi.org/10.5117/9789089649928_ch04)
- Rubinstein, D. & Sluis, K. (2013a). Notes on the Margins of Metadata. Concerning the undecidability of the digital image. *photographies*, 6(1), 151–158. <https://doi.org/10.1080/17540763.2013.788848>
- Rubinstein, D. & Sluis, K. (2013b). The Digital Image in Photographic Culture. Algorithmic Photography and the Crisis of Representation. I M. Lister

- (red.), *The Photographic Image in Digital Culture* (2. utg.). Taylor and Francis.
- Sampson, T. (2012). *Virality. Contagion Theory in the Age of Networks*. University of Minnesota Press.
- Sampson, T. (2018). Introduction to Part IV. Affective Contagion: I Heard a Rumour. I T. Sampson, S. Maddison & D. Ellis (red.), *Affect and Social Media: Emotion, Mediation, Anxiety and Contagion*. Rowman & Littlefield International.
- Sampson, T. & Parikka, J. (2020, 10. april). The New Logics of Viral Media. *boundary 2*. <https://www.boundary2.org/2020/04/tony-d-sampson-and-jussi-parikka-the-new-logics-of-viral-media/>
- Sluis, K. (2019, 29. oktober). Post-Photography Should Not be Curated? *Still Searching...* <https://www.fotomuseum.ch/de/2019/10/29/post-photography-should-not-be-curated/>
- Sæther, S. (2018). To double or Diffuse? Art and the Mobility of Images, ca. 2005. *NECSUS, Spring*. [https://necsus-ejms.org/?page\\_id=5956](https://necsus-ejms.org/?page_id=5956)
- The Photographers' Gallery (2020). *WATCH: Screen Walk with Penelope Umbrico*. Hentet 28. juni 2022 fra <https://thephotographersgallery.org.uk/whats-on/watch-screen-walk-penelope-umbrico>
- The Photographers Gallery (u.å.). Hentet 17. oktober 2020 fra <https://thephotographersgallery.org.uk/photography-culture/screen-walks>
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society. Public Values in a Connective World*. Oxford University Press Academic US.
- Vickers, B. (2020, 1. november), Remediation & Digitisation [video]. Freiraum Festival 2020. <https://vimeo.com/494767575>
- Wilson-Barnao, C. (2021). *Digital Access and Museums as Platforms*. Taylor and Francis.
- Zylinska, J. (2016). Photomediations. An Introduction. I J. Zylinska & C. Kuc (red.), *Photomediations: A Reader* (s. 7-17). Open Humanities Press.





# Strømmekonsserter – mer enn nødløsninger?

Hendrik Storstein Spilker, Yngvar Kjus og Håvard Kiberg

Da Norge stengte ned på grunn av koronasituasjonen våren 2020 og konsertstedene ble utilgjengelige, var norske musikkartisters svar å arrangere strømmekonsserter. Fra de første, spredte opptredenene kringkastet fra artistenes stuer og bakgårder skjøt fenomenet raskt fart. I løpet av noen få vårmåneder fikk en stor del av norsk musikkbransje erfaring med en ny formidlingsform, en måte å presentere musikken og kommunisere ut til publikum på som få hadde tidligere erfaring med. Det ble investert i nytt teknisk utstyr og utviklet ny kompetanse. På arrangørsiden så flere nye digitale scener dagens lys, drevet av både etablerte konsertarrangører og nye aktører.

Bølgen av strømmekonsserter reiser interessante spørsmål om midlertidighet versus varighet, og det er det sentrale temaet for denne artikkelen. Vår hovedproblemstilling er: *Har fenomenet strømmekonsserter bare vært en nødløsning for artister og konsertarrangører i en unntakssituasjon, eller kommer strømmekonsserter i fremtiden til å innta en mer prominent rolle som formidlingsform på linje med etablerte formidlingsformer som livekonsserter, plateinnspillinger og musikkvideoer?*

Vår undersøkelse tar utgangspunkt i det van Dijk<sup>1</sup> har kalt musikkens «doble karakter» – at musikk i moderne samfunnsliv befinner seg i spennet mellom det å være et kunstnerisk og kulturelt uttrykk, og det å være et industrielt og økonomisk produkt. I tråd med dette perspektivet, som vil bli utdypet i teoridelen, vil vi analysere både de kunstneriske og kommunikasjonsmessige erfaringene med strømmekonsserter, og de økonomiske, organisatoriske, industrielle og teknologiske problemstillingene som formidlingsformen reiser.

Vi har utviklet fire underproblemstillinger med basis i perspektivet på musikkens «doble karakter». De to første knyttet til de kunstneriske og kommunikasjonsmessige utfordringene ved strømmekonsserter, de to siste til de økonomiske og industrielle:

- *Hva gjør strømmekonsserter med de musikalske presentasjonene?*
- *Hvordan har artistene forholdt seg til fellesskaps- og kommunikasjonsutfordringene ved strømmekonsserter?*
- *Hvilke inntjeningsmodeller har blitt utviklet for strømmekonsserter, og hva har de generert av inntekter?*
- *Vil strømmekonsertene kunne endre arbeidsmåter, rollefordelinger og maktstrukturer i musikkindustrien?*

Musikkverdenen har aldri vært stabil og statisk, men en verden som historisk sett bestandig har befunnet seg i spennet mellom transformativ og bevarende krefter. Hovedproblemstillingen om strømmekonsertenes midlertidighet eller varighet må derfor sees i lys av den videre musikkteknologiske og -organisatoriske utviklingen, spesielt de seneste tiårene. Strømmekonsserter er nyeste tilskudd til rekken av formidlingsformer som – fra de første noteannoteringene – på ulike måter har løsrevet musikken fra tiden og stedets umiddelbarhet og ført til mer eller mindre dyptgripende endringer i musikklivets organisering. Ikke minst har digitaliseringen de seneste tretti årene,

---

1 van Dijk 2012.

spesielt knyttet til fildelingsfenomenet på 2000-tallet og fremveksten av on-demand strømmeplassformer på 2010-tallet, medført betydelige forskyvninger i måtene musikk distribueres og konsumeres på. Samtidig har en del elementer i musikkverdenen vist seg både motstands- og tilpasningsdyktige –når det gjelder både de kulturelle formatene (for eksempel albumet) og de industrielle strukturene (for eksempel plateselskapene).<sup>2</sup>

Introduksjonen av nye formidlingsformer har alltid bragt med seg perioder av åpenhet og uorden. Det finner sted en destabilisering av praksiser og strukturer som tidligere har blitt tatt for gitt. Etablerede spilleregler blir åpnet for reforhandling. Teknologihistorikeren Pfaffenberger har, inspirert av antropologisk teori om overgangsriter, kalt slike perioder for «liminalfaser».<sup>3</sup> I slike faser åpnes nye muligheter og rom for at kreative og innovative løsninger kan få gjennomslag, samtidig som man kan oppleve både usikkerhet og frykt, uklarheter og paradokser. Etter en viss tid vil en stabilisering og en etablering av en ny orden og normaltilstand inntreffe, og denne kan enten innebære en endring av revolusjonær karakter eller tilbakevending til det gamle (eller noe midt imellom).

Det er rimelig å betrakte fremveksten av strømmekonsserter i lys av en slik forståelsesramme. Samtidig kan vi innledningsvis notere oss to potensielt viktige forskjeller fra tidligere liminalfaser. For det første er situasjonen som utløste strømmekonsertfremveksten, koronasituasjonen, fullstendig musikkkestern. Liminalfasen ble med andre ord ikke utløst av krefter med noen spesifikke interesser knyttet til musikk. For det andre er forsamlingsrestriksjonene som ble innført for å få kontroll med epidemien, og som altså var direkte utløsende for strømmekonsertfremveksten, ment å være av midlertidig art.

I denne studien har vi tatt utgangspunkt i et artist- og arrangørperspektiv. Vi har intervjuet elleve artister og fire konsertarrangører om

---

2 Se bl.a. Spilker 2012 og 2018; Wikström & DeFillippi 2016; Kjus & Spilker 2020.

3 Pfaffenberger 1992.

deres erfaringer med og synspunkter på strømmekonsserter. Intervjuene er foretatt i mai og juni 2020. Dette materialet vil selvfølgelig ikke gi oss fasiten til problemstillingen vår – fremtiden kan verken vi som medie- og musikkforskere eller noen andre si noe sikkert om. Samtidig utgjør artistenes og arrangørenes reaksjoner ett av premissene for hva som vil skje videre. Derfor utgjør erfaringene og synspunktene deres et gunstig utgangspunkt for å diskutere de kulturelle og økonomiske konsekvensene av strømmekonsertene.

## Teori: strømmekonsserter som kunstnerisk uttrykk og økonomisk produkt

Hva er strømmekonsserter? For å kunne skille strømmeoverføring fra nedlasting og andre overføringsformer som radio- og tv-overføring må vi bli litt tekniske. *Strømming* kan defineres som overføring og mottagelse av digitalt innhold som er lagret på og prosessert fra en fjerntliggende server, og videre at overføringen skjer gjennom digitale nettverk basert på protokollen TCP/IP, den underliggende protokollen for all internett-trafikk.<sup>4</sup> Strømmingen kan enten være av innhold som formidles *live* eller *i opptak* og *på etterspørsel*.

I tråd med dette definerer vi strømmekonsserter som konsserter som overføres ved hjelp av strømmeteknologi, i audiovisuell form, enten live eller i opptak. Samtidig ser det ut til å være etablert noen kulturelle forventninger til hva som skal telle som en strømmekonsert og ikke for eksempel som et konsertopptak. Det er forventninger om at konsertene tas opp uredigert og sendes første gang direkte eller med kort forsinkelse fra opptakstidspunktet. Selv om avsender (eller andre) velger å la konserten bli liggende tilgjengelig for avspilling i etterkant, ligger denne forståelsen av den opprinnelige umiddelbarheten i bunn. Det er med andre ord forventninger til at strømmekonsserter har elementer av

---

4 Spilker & Colbjørnsen 2020.

*liveness*.<sup>5</sup> Samtidig vil vi understreke at strømmekonsserter er et begrep og et fenomen i utvikling, og et sentralt poeng i analysen vår er nettopp å undersøke hva slags meninger og praksiser artister og arrangører fyller det med.

De teknologiske løsningene har vært i omløp i lang tid, og begrepet strømming, slik vi har definert det, har vært i bruk fra i hvert fall tidlig på 1990-tallet.<sup>6</sup> Strømming begynte imidlertid først fra rundt 2010 å etablere seg som en dominerende distribusjonsform for musikk, og da fortrinnsvis i opptaks- og på-etterspørsel-form gjennom ulike plattformer med Spotify og YouTube som spydspisser. Mens Spotify primært har vært og er en lydplattform, er YouTube en videoplattform, der musikk fra starten har blitt formidlet gjennom musikkvideoer, men også konsertopptak. I 2013 fikk YouTube også live-overføringsfunksjonalitet, og sammen med andre plattformer som Twitch ble live-strømmete konsserter et fenomen med noe utbredelse. Det er likevel slik at strømmekonsserter, i *liveness*-varianten, var et spredt, perifert og marginalet fenomen både i norsk og i internasjonal sammenheng frem til 2020.

For den som vil nå ut med sin musikk, har det i moderne tid vært to hovedveier: *innspillinger* og *konsserter*. Det har vært et skiftende forhold mellom disse to opp gjennom historien, både kunstnerisk og kulturelt og økonomisk og industrielt.

*Kunstnerisk* har innspillinger stort sett vært sett på som populærmusikkens hovedmedium, på grunn av de kreative mulighetene som studioinnspillinger gir, og som følge av innspillingers potensial for spredning og varighet i tid og rom.<sup>7</sup> Det å spille konsserter, for et publikum som er til stede her og nå, har imidlertid hele tiden også vært en tungt trafikkert vei. Konsertscenen kan ansees som den viktigste kontaktarenaen mellom musikere og deres publikum. Mens innspillingen er et fiksert kunstnerisk objekt, er konsserter levende situasjoner

---

5 Crisell 2012; Kjus 2018.

6 Spilker 2005; Jones & Bennett 2015.

7 Maasø & Danielsen 2009.

der artist og publikum kan dele musikken og samhandle gjennom den.<sup>8</sup> Det er vanlig at både artister og publikum går til konserter med et mål om å formidle mer og oppleve noe annet enn det innspillingen gir. Innspillinger og konserter gir simpelthen ulike muligheter til å utforme, presentere og formidle musikk.

Strømmekonserter kan betraktes som en hybrid mellom innspillinger og konserter. Mens tradisjonelle konserter samler artister og publikum i samme tid og rom, så blir artist og publikum atskilt i strømmekonsertene, i rom og kanskje også i tid. For å analysere mer systematisk hvilke konsekvenser dette har hatt for artistene og arrangørene når de har planlagt og gjennomført strømmekonserter, skal vi benytte oss av et begrepspar som musikkviteren Tomas Turino har introdusert. Ifølge Turino består konserter av to elementer: «presentasjon» og «deltagelse».<sup>9</sup>

Med *presentasjon* tenker vi på de alle de ulike aspektene ved konsertenes musikalske innhold og uttrykk. Dette inkluderer valg av repertoar og dramaturgisk regi, samt alle scenografiske elementer fra antrekk og makeup til bruk av ulike visuelle elementer og effekter på scenen. Samlet utgjør dette artistenes presentasjon, artistenes fremføring av et musikalsk innhold i et scenemessig uttrykk. *Hva gjør strømmekonserter med de musikalske presentasjonene?*

*Deltagelse*-begrepet fanger opp den særegne dimensjonen ved konserter som utgjøres av det nærværende kommunikative fellesskapet som formidlingsformen etablerer. Ved fysiske konserter etableres et fellesskap gjennom at utøver og publikum er samlet her og nå rundt en begivenhet. Det er altså to nøkkelementer ved konsertenes deltagelsesdimensjon – fellesskap og kommunikasjon. Slike situasjoner gir en rekke eksplisitte og implisitte kommunikasjonsmuligheter, både ved at artister og publikum kan henvende seg direkte til hverandre, og ved at de kan betrakte, tolke og tilpasse seg til hverandres reaksjoner.

---

8 Kjus 2018.

9 Turino 2008.

For den som skal mediere konsserter, er avstanden til publikum et grunnleggende problem. Dette var en utfordring radio- og tv-produ-senter møtte på allerede tidlig i kringkastingshistorien, lenge før inter-nett. For å skape kontakt mellom artist og publikum begynte man å ta i bruk mange og bevegelige kameraer som til sammen fanget artistenes uttrykk, og man tok inn et publikum i studio og formidlet deres opple-velse og engasjement på en måte tv-seerne kunne identifisere seg med. I talentkonkurranser begynte man også å la seerne ringe inn og stemme på sine favoritter, noe som ble revitalisert da mobiltelefonen kom.

I forbindelse med strømmekonsserter utgjør også fraværet av den umiddelbare kontakten og det tilstedeværende fellesskapet med publikum en åpenbar utfordring. Samtidig byr dagens internett på et sett alternative interaksjonsmuligheter som ikke eksisterte for enveis medier som radio og tv. Vi har derfor vært nysgjerrige på i hvilken utstrekning artistene har benyttet seg av disse mulighetene. *Hvordan har artistene forholdt seg til fellesskaps- og kommunikasjonsutfordrin-gene ved strømmekonsserter?*

Også *industrielt og økonomisk* har forholdet mellom innspillinger og konsserter vært symbiotisk og skiftende opp gjennom populærmu-sikkens historie. Fra 1950-tallet av lå et tyngdepunkt på innspillinger, som ble sett på som musikkindustriens gravitasjonspunkt og det som genererte de største og mest «sentrale» inntektsstrømmene til musikk-industrien. Inntektene fra salg av innspillinger nådde en topp på slutten av 1990-tallet da cd-salget var på sitt høyeste. Men i de samme årene var en annen utvikling under full ekspansjon – en utvikling som under-minerte den økonomiske modellen med stykkprissalg av fonogram-mer. Fremveksten av nettbasert musikkdistribusjon, i form av bruker-til-bruker-baserte fildelingsnettverk, gjorde 2000-tallet til det mest turbulente i musikkindustriens historie, en turbulens som ikke roet seg før plateselskapene aksepterte abonnent- eller annonsebaserte strøm-meløsninger som en ny forretningsmodell.<sup>10</sup> Inntektene fra innspillinger

---

10 Se Spilker 2018.

sank dramatisk frem til 2010 og har først de seneste årene begynt å nærme seg nivået fra 1990-tallet igjen.<sup>11</sup>

Konserter har til alle tider utgjort en svært betydelig del av inntektsstrømmene i industrien, selv om man lenge har manglet systematiske måter å måle dette på. Tschmuck har for eksempel beregnet at billett-salget til konserter i Tyskland på siste halvdel av 1990-tallet – altså gullårene for salget av innspillinger – utgjorde temmelig nøyaktig en like stor del av industriens inntekter som platesalget.<sup>12</sup> Samtidig er det heller ikke noen tvil om at live-industrien ble viktigere utover 2000-tallet. De fleste beregninger fra årene før koronaepidemien fant at konserter genererte mer enn det dobbelte av hva innspillinger gjorde av inntekter.<sup>13</sup> Går vi ned på artistnivå, var forskjellene enda større. Wikström kom frem til at 85 prosent av inntektsgrunnlaget for en gjennomsnittlig artist stammet fra liveopptredener, mens omtrent ti prosent besto av inntekter fra innspillinger.<sup>14</sup>

Med slike tall som bakgrunn er konsekvensene av å bli avskåret fra mulighetene til å opptre for publikum åpenbare. De potensielle inntjeningsmulighetene i strømmeløsninger som alternativ til avlyste fysiske konserter var utvilsomt den viktigste faktoren for den boomen vi var vitne til under korona-nedstengningen. Man kunne ikke prate lenge med en artist om strømmekonsserter uten at denne problemstillingen dukker opp. Spørsmålet om økonomi tvang seg uunngåelig frem i forbindelse med diskusjoner om de kunstneriske og kulturelle sidene ved slike konserter. Vi spør: *Hvilke inntjeningsmodeller har blitt utviklet for strømmekonsserter, og hva har de generert av inntekter?*

I tillegg reiser erfaringene knyttet til strømmekonsertene også et tredje spørsmål knyttet til økonomi: *Hvordan skal inntektene fordeles?* Det siste spørsmålet kan også formuleres litt annerledes: *Har*

---

11 Tschmuck 2017.

12 Tschmuck 2017.

13 Se f.eks. Tschmuck 2017; Kjus 2018; Halmrast mfl. 2019; Wikström 2020.

14 Wikström 2020.



*strømmekonsertene et potensial til å endre arbeidsmåter, rollefordelinger og maktstrukturer i musikkindustrien?*

Det finnes en rekke modeller som på ulikt vis har blitt brukt til å kartlegge musikkbransjens komplekse arkitektur, hvor plateselskaper, managere, promotører, forlag og booking-agenter er eksempler på aktører som opererer i verdikjeden mellom artist og publikum.<sup>15</sup> Digitaliseringsprosesser på 2000-tallet utfordret disse strukturene gjennom online muligheter for lavterskel musikkdistribusjon som forkortet avstanden mellom produksjon og bruk, og som dermed åpnet for økt DIY-virksomhet og «amatørkreativitet».<sup>16</sup> Theberges<sup>17</sup> og Spilkers<sup>18</sup> studier av «nettverkstudioet» beskriver et nettverk av nye produksjons- og distribusjonsmuligheter som tilbyr artister en selvkontroll med et potensial til å forstyrre industriens mellomliggende struktur. Gjennom verktøy som potensielt reduserer de profesjonaliserte mellomleddenes betydning, har den etablerte musikkindustrien således blitt satt under press – og en fortelling om internetts «revolusjonerende og demokratiserende effekt» på musikkbransjen har vokst fram.<sup>19</sup>

Andre studier har imidlertid pekt på at det eksisterer sterke krefter mot radikale endringer: Den etablerte bransjen har bestått som en viktig kilde til både utstyr, nettverk og kontakter. Stadig flere snakker derfor om en økt profesjonalisering, snarere enn en demokratisering, hvor nettopp økonomiske ressurser, nettverk og annen digital kompetanse har blitt nøkkelingredienser for å «lykkes» som artist.<sup>20</sup> Spilker finner også at det å gå veien gjennom et profesjonalisert produksjons- og distribusjonsledd for mange artister fungerer som en «mental nødvendighet» for å kunne regne seg som en «profesjonell musiker».<sup>21</sup>

---

15 Se f.eks. Wikström 2020; Leyshon 2011; Burnett & Weber 1989.

16 Se f.eks. Hracs 2015.

17 Theberge 2004.

18 Spilker 2012.

19 Se f.eks. Hracs 2012; Lessig 2008; Kusek & Leonard 2006.

20 Kiberg 2020; Spilker 2018; Wikström & DeFillippi 2016.

21 Spilker 2012.

Samtidig er det liten tvil om at det profesjonelle bransjenettverket har endret seg gjennom årene med digitalisering, spesielt gjennom inntreden av og innflytelsen til ulike teknologiindustriaktører. Strømmeplassformer og sosiale medieplattformer er sentrale eksempler på nye teknologi-bedrifter som påvirker eller utgjør en del av dagens musikkindustri og hvordan den opererer. Når vi skal undersøke hvilken betydningen strømmekonsserter kan få for rollefordelinger og maktstrukturer i musikkindustrien, er det derfor viktig å ta i betraktning både den mulige overflødiggjøringen av eksisterende mellomledd og introduksjonen av nye.

## Metode

Undersøkelsen bygger empirisk på femten kvalitative dybdeintervjuer med norske artister og konsertarrangører. På artistsiden finner vi ulike bandkonstellasjoner og soloartister, fra ulike sjangre og publikumssegment innenfor populærmusikken. Vi finner rockeband som brenn. og Sløtface, som først og fremst appellerer til et yngre publikum, og vi finner veletablerte navn som Sigvart Dagsland, Silje Nergaard og D.D.E., som i større grad har en mer voksen følgerkare. Artister som Bendik HK og Aiming for Enrike tilhører et mer elektronisk musikalsk landskap, mens Torgeir Waldemar, Ingrid Olava og Marthe Wang dekker variasjoner innenfor folk og visesang. Stian Thorbjørnsen – bedre kjent som Staysman i duoen Staysman & Lazz – representerer en del av den brede, norskspråklige popmusikken.

Blant arrangørene finner vi fire aktører som på hver sin måte var sentrale som distributører av strømmekonsserter under nedstengningen i 2020. Filip Roshauw er artist og initiativtaker bak Brakkesyke 2020, som tidlig etablerte seg som en av landets viktigste kanaler for livestrømming av undergrunnsmusikk. Plattformen genererte, gjennom frivillige donasjoner fra publikum via betalingstjenester som Vipps og PayPal, inntekter til flere hundre norske artister. En lignende modell med

donasjonsbasert betaling fant vi også hos det mer lokalt forankrede Tou Sessions, hvor artist Børge Fjordheim – fra miljøet i og rundt Tou Scene i Stavanger – var en sentral pådriver. Både Brakkesyke 2020 og Tou Scene har strømmet fra sine respektive Facebook-kanaler.

Der Brakkesyke 2020 og Tou Sessions var midlertidige prosjekter, har VIERLIVE og STREAMY valgt å satse mer langsiktig. Kristoffer Lo fra VIERLIVE var konsertsjef for festivalen «Et helt annet sted», som påsken 2020 avholdt et knippe velproduserte og direktesendte konsertvideoer plassert på ulike, unike locations rundt om i Oslo. VIERLIVE har fortsatt å arrangere strømmekonsserter med avanserte produksjoner. Pia Nordskaug representerer tjenesten STREAMY, som blant annet har strømmet drive-in-konsserter direkte fra Lillestrøm. Både VIERLIVE og STREAMY har etablert seg som selvstendige strømmeplasser som økonomisk baserer seg på billettløsninger snarere enn frivillige donasjoner.

Intervjuene var mellom femti og nitti minutter lange, og ble foretatt både over Zoom og ansikt-til-ansikt på utvalgte steder i Oslo. Samtlige ble gjennomført i mai og juni 2020.

Følgende informanter deltok:

Artist	Plattform
Bendik Hovig Kjeldsberg (Bendik HK)	VIERLIVE («Et helt annet sted»)
Edvard Smith Save og Rémy Malchère (brenn.)	«UKM gir tilbake»
Eskild Brøndbø (D.D.E.)	Egen stream
Ingrid Olava Eriksen	Koronerulling
Marthe Wang	Brakkesyke 2020 og egen stream
Sigvart Dagsland	Egen stream
Silje Nergaard	Egen stream
Simen Følstad Nilsen og Tobias Ørnes Andersen (Aiming for Enrike)	VIERLIVE («Et helt annet sted») og Brakkesyke 2020

Artist	Plattform
Stian Thorbjørnsen (Staysman)	Koronerulling og STREAMY
Tor Arne Vikingstad (Sløtface)	Brakkesyke 2020
Torgeir Waldemar	Brakkesyke 2020, Tou Sessions og Moskus Sessions
Arrangør	
Børge Fjordheim	Tou Sessions
Filip Roshauw	Brakkesyke 2020
Kristoffer Lo	VIERLIVE («Et helt annet sted»)
Pia Nordskaug	STREAMY

## Strømmekonsserter som kunstnerisk og kulturelt uttrykk

Vi har delt analysen vår inn i to deler: Strømmekonsserter som kunstnerisk og kulturelt uttrykk og strømmekonsserter som økonomisk og industrielt produkt. I denne første analysedelen behandler vi våre to første underproblemstillinger:

- *Hva gjør strømmekonsserter med de musikalske presentasjonene?*
- *Hvordan har artistene forholdt seg til fellesskaps- og kommunikasjonsutfordringene ved strømmekonsserter?*

*Hva gjør strømmekonsserter med de musikalske presentasjonene?* Det å arrangere og gjennomføre strømmekonsserter var en ny erfaring for alle våre informanter. Et unntak var Bendik HK, som en gang hadde spilt live på den engelske strømmepattformen Boiler Room, men da uten å være involvert i produksjonen. Et fascinerende funn i intervjuene

var alle de ulike sammenligningene med etablerte og familiære formidlingsformer som artistene og arrangørene benyttet når de skulle beskrive sine erfaringer med strømmekonsserter. «Vanlige» fysiske konsserter utgjorde rimeligvis den fremste referanserammen. Men det ble også trukket paralleller til en rekke andre typer formidling.

Eskild Brøndbo i D.D.E. nevnte tv-konsserter, Torgeir Waldemar direktespilling på radio, medlemmene i brenn. sammenlignet med «live-enerter» og «planlagte show» på sosiale medier, og Sigvart Dagsland omtalte strømmekonsserter som «en blanding av en podkast og en konsert». Kristoffer Lo i VIERLIVE uttalte at deres ambisjon mer var å lage «live musikkvideoer» eller «live musikkfilmer» enn strømmete konsserter. Simen Følstad Nilsen i Aiming For Enrike sammenlignet opplevelsen av å gjennomføre en god strømmekonsert med «følelsen etter en god bandøving», og Ingrid Olava mente tilsvarende at det «like mye minnet om en øving med ekstremt god lyd». Filip Roshauw i Brakkesyke reflekterte over sin erfaring som strømmekonsertlytter og innrømmet at den kunne ligne mer på å «sette på ei skive» enn på å være på «vanlig» konsert.

Alle disse koblingene forteller mye om arbeidet informantene måtte gjøre for å gi mening til en lite etablert formidlingsform, et fenomen i utvikling og uten fastfrosset innhold. Man kan ikke bare si «jeg skal gjøre en strømmekonsert» på samme måte som man kan si at man skal gjøre en konsert eller plateinnspilling. Artistene og arrangørene måtte lære seg selv og samtidig lære omverdenen opp i hva dette er for noe. Til dette brukte de erfaringer med allerede etablerte formidlingsformater.

Mange artister ser ut til å ha gått inn i strømmekonsertene med en forsterket bevissthet om *presentasjonen* av musikken. Noen negative aspekter av dette var økt frykt for å «spille feil» og en opplevelse av at det «ikke er noe å gjemme seg bak». Den økte selvbevisstheten handler også om den visuelle presentasjonen av artisten, som nå skal fanges av kamera og vises på folks skjermer. Artister og arrangører gjengir diskusjoner om ett versus flere kameraer, stillestående versus bevegelige og zoomende kameraer, og svart-hvitt versus farger. Det ble også gjort mange vurderinger knyttet til lyden, både hvordan den skulle fanges på

artistsiden, og hvordan den ville lyde gjennom publikums høyttalere. Mens artister og arrangører var godt vant med utfordringer knyttet til lyd-medieringen, fremstod den visuelle medieringen som en større utfordring, som innebar tyngre løft med tanke på både kompetanse og utstyr.

Artistene opplevde altså at presentasjonen av det musikalske innholdet måtte gjøres annerledes under strømmekonsserter enn de var vant til fra vanlige konsserter. De valgte ulike måter å løse dette på. I intervjumaterialet har vi identifisert tre ulike strategier som vi har valgt å kalle intimisering, intensivering og ekspansjon.

*Intimisering.* Én gruppe artister valgte å intimisere uttrykket. I den tidlige bølgen med strømmekonsserter finner vi en rekke soloartister innenfor sjangre som country, jazz og visesang, deriblant Torgeir Waldemar og Silje Nergaard. Disse artistene er vant til å opptre alene og ta ansvar for egen lyd- og iscenesettelse, noe som er med på å forklare hvorfor de var tidlig ute med å utforske mulighetene. I denne tradisjonen er det å uttrykke seg på en direkte og usminket måte er en verdi i seg selv, og dette var med på å farge innfallsvinkelen deres til strømmekonsserter. Silje Nergaard var blant dem som begynte å spille konsserter hjemmefra:

Jeg søkte etter en annen måte å komme nær publikum på og kjente at jeg kunne skape en form for intimitet gjennom skjermen [...] Jeg valgte å holde musikken litt nede for at den skulle være mere oversiktlig for lytteren på den andre siden. Det var nok også spennende for mine fans å se en konsert som gikk direkte fra stua mi.

Nergaard avholdt i tillegg konsert på konsertscenen til Sentralen, men la også der vekt på å intimisere uttrykket:

Da jeg spilte på Sentralen, spurte jeg de som filmet, om de kunne lage et mindre utsnitt, mye mindre av det rundt meg [...] Jeg ville ikke lage avstand med å stå ensom på scene uten publikum til stede.

Flere artister innenfor «singer-songwriter»-tradisjonen søkte i samme ånd å rendyrke det enkle og nedstrippede i presentasjonen. Torgeir Waldemar ønsket å ha kun ett kamera som stod fast og ikke zoomet, og som dessuten filmet i svart-hvitt. Han ønsket å la musikken snakke for seg selv, uten introduksjoner eller andre sammenknyttende elementer. Dermed skar han bort det som er et sentralt deltakende element innenfor den countryblues-tradisjonen har virker innenfor, nemlig å snakke mellom låtene.

Jeg følte at det var veldig vanskelig å bruke humor som virkemiddel. Jeg gjør mye det når jeg spiller solokonsserter, men da er jo det basert på den konkrete responsen fra publikum. Og det tar veldig kort tid før jeg vrir på ting, hvis jeg merker at responsen uteblir. Men når du da ikke har noen som helst mulighet til å vite om det du sier fungerer eller ikke, så valgte jeg å la være. Og så var jeg bare stille i stedet.

*Intensivering.* Noen av de andre artistene valgt en strategi som handlet om å intensivere uttrykket. De artistene som opplevde overgangen til strømming som mest utfordrende og «absurd», var artister innen sjangre som pop og rock, der det å danse, juble og syngende med er sentralt. Å rendyrke presentasjonen av musikken ser ut til å ha vært en måte å kompensere for bortfall av deltagelse på. Noen av artistene i de sistnevnte sjangrene løste dette gjennom å øse på med større intensitet og effektbruk. Et godt eksempel på en artist som vanligvis har et feststemt publikum, er Stian Thorbjørnsen aka Staysman:

Du må holde energien oppe på en annen måte. Du må dundre løs og eie situasjonen, på en måte. Når du kommer deg på en konsert og du har masse pyro med deg og du har bandet ditt der og du bare trykker løs, liksom – så kan man ha en dårlig dag på jobb uten at noen i publikum vil skjønne det. Men du kan ikke ha en dårlig dag på jobb i et tomt strømmelokale. Da må du «opp i ringa», ikke sant. Ellers så blir det jævlig pinlig og kleint. Jeg føler faktisk at de litt rølpete greiene jeg driver med passer litt til dette formatet.

Det å intensivere uttrykket kan sees på som en måte å kompensere for bortfallet av energi fra publikum. Dette setter imidlertid større krav til den lydige og visuelle presentasjonen, og til et større apparat fra arrangørenes side.

*Ekspansjon.* En tredje tilnærming handler verken om intimisering eller intensivering av uttrykket, men snarere om å utforske og utvikle nye uttrykk tilpasset strømming. Det sentrale eksempelet vårt her er festivalen VIERLIVE som ble arrangert i påsken 2020. Den ble formet av både arrangører og artister som ville tilby noe unikt, en ambisjon mange har for vanlige konserter, og som her ble videreført til strømme-konserter. For flere av artistene innebar dette et forsterket fokus på visuelle og narrative aspekter ved konsertene, noe Bendik Hovig Kjelsberg beskriver slik:

Jeg ville heller lage en performance som handlet mer om visuelle inntrykk og en slags historiefortelling, enn at folk bare kunne sitte og se på at jeg spilte. Jeg spilte mer skuespill, på en måte. Det jeg på en måte sitter mest igjen med, som jeg ble litt overrasket over, det er at jeg begynte først å tenke på selve musikken, kun et par dager før vi skulle spille. Jeg tenkte jo kun på bilder og narrativ og hvem jeg ville jobbe med og hva vi skulle ha på oss og hva vi skulle gjøre ...

Bendik legger til at han tidlig oppfattet en viss tretthet med konserter der man simpelthen spiller musikken sin foran et kamera, mens VIERLIVE ønsket å sette regissør og musiker sammen for å lage noe nytt og interessant for publikum. Mange av konsertene i VIERLIVE-regi er karakterisert av en utforskning av narrative og scenografiske muligheter. Ikke minst er de kreative i bruk av nye lokaliteter for fremføringene – bort fra konsertscenene (og hjemme hos-konseptet). Påskefestivalen «Et helt annet sted» gjorde blant annet opptakene sine i en hotell-suite, utenfor den amerikanske ambassaden, og på en nedlagt motorveibro.

*Hvordan har artistene forholdt seg til fellesskaps- og kommunikasjonsutfordringene?* I teoridelen delte vi deltagelsesaspektet ved



konsserter opp i to komponenter – en fellesskapsdel og en kommunikasjonsdel. Tok artistene noen grep med tanke på fellesskaps- og kommunikasjonsutfordringene ved strømmekonsserter? I hvilken grad tok de i bruk nettbaserte løsninger for kommunikasjon og fellesskapsdannelse som erstatning for bortfallet av fysisk nærvær?

Det første samtlige artister trekker frem når disse temaene kommer på banen, er savnet av publikum. Det føltes rart og uvant å spille for en tom sal, og de savnet energien de vanligvis får fra publikum. «Det var jo en veldig unaturlig situasjon», sa Tobias Ørsnes Andersen i Aiming For Enrike, «en følelse av å være veldig alene». Torgeir Waldemar fortalte at han mistet helt følelsen med tid og spilte mye fortere enn han pleier. Medlemmene i brenn. var klare på at deres livestrømmete konsert var en dårlig erstatning, og at mangelen på publikum gjorde at det «sugde» (selv om det «var gøy på sin måte»). Slik beskriver de avslutningen på konserten:

Altså, jeg har ikke noe annet å si enn at når hele konserten var ferdig, så tok vi av «in-earene» våre, tok av alt sammen, og så var det helt stille i rommet, og så fikk vi latterkrampe. Det var sånn at det var ubehagelig stille, liksom. [...] Så når det er drithøyt i monitor og det føles som om man spiller drithardt og fort, og at alt er skikkelig kaos liksom, og så kobler man bare rett ut av det til to folk som står der med kameraene sine og smiler ... [ler]. Det var en veldig rar opplevelse.

Adjektivet «rart» var i det hele tatt den hyppigst brukte beskrivelsen av opplevelsen. Marthe Wang fortalte at hun hadde tenkt nøye på hvordan hun skulle forholde seg til publikum, og at hun ikke ønsket å gjøre et poeng ut av at det var en rar og annerledes opplevelse å gjøre en strømmet konsert:

Jeg så jo en del konsserter selv og jeg ble etter hvert litt lei av at folk snakket om at: «Å, dette var rart.» Fordi jeg opplever jo at publikum der hjemme ikke opplever det like rart som man selv gjør da ... Jeg prøvde

å være litt bevisst på å ikke snakke så mye om det. Og jeg forberedte meg veldig mentalt på at det er sånn det er. Men når jeg var i situasjonen selv, så synes jeg at det var utrolig rart. Så det kan godt være at jeg sa det en gang [ler], at dette var litt rart.

På tross av at formidlingssituasjonen var uvant, ga intervjuene inntrykk av at artistene gikk til strømmekonsertene med en offensiv innstilling. De betraktet dem som en ny kunstnerisk utfordring, en mulighet til å prøve ut noe annet og tilegne seg ny kompetanse. De fleste hadde reflektert over mulige strategier for å kompensere for fraværet av et fysisk publikum – eller sagt på en mer positiv måte, for å håndtere tilstedeværelsen av et online publikum.

Sosiale medier, som Instagram, Facebook, Snapchat og TikTok har det seneste tiåret blitt en viktig arena for kommunikasjon mellom artister og publikum. I forbindelse med strømmekonsserter muliggjør sosiale medier kontakt mellom artist og publikum både *før, under og etter* konsertene.

*Før konsertene.* Mange fortalte at de hadde vært mer aktive på sosiale medier i forkant av konsertene. Det var strategisk for å promotere konsertene, men også for å engasjere publikum og for å få tilbake en følelse av nærhet og kontakt med fansen. Det ser ut som om en større del av fellesskapsarbeidet – det å etablere et «oss» i forbindelse med en situasjon eller begivenhet – ble gjort før selve konsertene. Simen Følstad Nilsen i Aiming For Enrike trakk frem et viktig skille mellom strømmekonsserter og ordinære konsserter: Ved ordinære konsserter er publikum definert ved dem som har kjøpt billett, og som er til stede fysisk. Ved strømmekonsserter er publikum potensielt uavgrenset i antall og uavhengige av geografi. «'Pushet' var derfor et annet – siden man snakker til hele verden og prøver å få dem til å komme på en konsert.»

*Under konsertene.* Det var store forskjeller mellom artistene på hvordan de løste publikumskommunikasjonen under selve konsertene. Sigvart Dagsland fortalte at han snakket mer og løsere til publikum enn vanlig, og la vekt på å formidle en uformell stemning. Han opplevde at det

var noe publikum likte, og at de virkelig fikk en følelse av å komme «hjem i stua» hans. Marthe Wang gjorde tilsvarende kommunikasjonen med publikum via chat til et sentralt element i konserten. Hjemmekonserten hennes ble arrangert som et release-party for hennes nye plate:

Det fungerte kjempebra. Det var rett og slett en skikkelig opptur. Jeg hadde invitert folk til å spise kake og feire da. Også kunne de kjøpe plater og jeg kunne signere plater underveis og vi kunne snakke litt. Og jeg har fått veldig mange gode tilbakemeldinger på at folk følte at de ble bedre kjent med meg, og at de fikk ta del i den feiringen som foregikk hjemme i stuen min.

Sløtface og D.D.E. hadde hyret inn eget mannskap til å sile chatten, som både kunne svare på spørsmål selv og formidlet noen av spørsmålene videre til artistene. Staysman, som spilte Koronerulling-konsert på Sentralen, fortalte at Christer Falck løp rundt «som en jojo» under konserten med plakater om hvor mange som så på strømmen, og hvor mye som var kommet inn av donasjoner.

Mens noen syntes det fungerte bra å bruke chat som en redskap til å kommunisere med publikum, var andre negative. Medlemmene i brenn. forsøkte å ha en chat oppe mens de spilte, men opplevde at «det skar seg», og at denne måten å kommunisere på ble veldig kunstig sammenlignet med en normal konsertsituasjon. En del av artistene valgte bevisst bort muligheten for å chatte med publikum. Aiming For Enrike og Ingrid Olava sa at dette for dem var naturlig – de kommuniserer ikke så mye digitalt med publikum i forbindelse med ordinære konsserter heller. Silje Nergaard kunne ikke tenke seg å chatte med publikum og omtalte det som «en veldig fjern tanke». Torgeir Waldemar valgte bevisst å ikke forholde seg til chat eller lignende former for direktekommunikasjon med publikum under konsertene, fordi han ikke ønsket «å bli opphengt i hvor mange som så på».

Det er vanskelig å lese noe mønster knyttet til disse svært ulike måtene å forholde seg til publikumskommunikasjon på under

strømmekonsertene. Forskjellene ser først og fremst ut til å være knyttet til artistenes personlige stil og innstilling til konsertene.

*Etter konsertene.* Informantene forteller at de ble overrasket over alle tilbakemeldingene de fikk etter konsertene. Tilbakemeldingene gjennom artistenes sosiale mediekanaler overgikk langt «normalen». Det finnes sannsynligvis to forklaringer på dette. For det første kan det ha sammenheng med at publikum satt foran skjermene sine når de overvar konsertene, og slik hadde en tilbakemeldingskanal til artistene umiddelbart for hånden. For det andre kan det ha sammenheng med den nasjonale (og internasjonale) solidaritetsånden som oppsto i forbindelse med korona-nedstengningen våren 2020 – at publikum ønsket å vise ekstra støtte til artister som befant seg i en kunstnerisk og økonomisk vanskelig situasjon.

Et moment som tidlig ble trukket frem i media i tilknytning til strømmekonsertene, var at de kunne åpne opp for konsertopplevelser for folk som vanligvis ikke kom seg på konserter – enten det var på grunn av geografisk avstand, alder, fysiske handicap eller sosial angst. Dette ble også reflektert i tilbakemeldingene noen av artistene fikk. Torgeir Waldemar mente for eksempel at «strømmekonserter har åpnet noen interessante aspekter», og nevnte en kar i «skauen i Kongsvinger» som kontaktet ham etter en slik konsert og sa at «dette var det beste som hadde skjedd noensinne». Eskild Brøndbo i D.D.E. reflekterte også over dette og påpekte: «Det har åpnet seg et annet marked [...] Ja, du kan nå ut til folk på en annen måte.»

## **Strømmekonserter som industrielt og økonomisk produkt**

I den videre analysen skal vi skifte fokus over mot de økonomiske og industrielle aspektene ved livestrømming. Nedenfor tar vi for oss de to siste underproblemstillingene våre:

- *Hvilke inntjeningsmodeller har blitt utviklet for strømmekonsserter, og hva har de generert av inntekter?*
- *Vil strømmekonsertene kunne endre arbeidsmåter, rollefordelinger og maktstrukturer i musikkindustrien?*

*Hvilke inntjeningsmodeller har blitt utviklet, og hva har de generert av inntekter?* De første strømmekonsertene var spontane reaksjoner på nedstengningen formidlet fra artistenes egne stuer eller bakgårder via artistenes Facebook-sider og med stor takhøyde for lyd- og billedmessig prøving og feiling. De første betalingene, i form av donasjoner, var sannsynligvis like spontane uttrykk for solidaritet og støtte fra publikumet til disse happeningene. I løpet av få uker dukket det så på rekke og rad opp en rekke ulike arrangører og scener som tilbød ulike former for assistanse til artistene til produksjon, distribusjon, markedsføring og betaling.

Vi kan skille mellom fire ulike modeller som ble utviklet for gjennomføring av strømmekonsserter.

*Gjør-det-selv-med-litt-hjelp-modellen.* I denne modellen sto artistene for det meste eller alt av det arrangementsmessige og kreative selv. Konsertene foregikk fra artistenes hjem eller andre ikke-ordinære konsertlokaler. Artistene formidlet dem gjerne på egen hånd via sine hjemmesider og sine profiler på sosiale medier. Eller de benyttet noen av de digitale plattformene eller «hubbene» som ble etablert for slik formidling. Betaling har vært frivillig og donasjonsbasert, og artistene har selv tatt seg av også dette, enten det er via Vipps, PayPal, Spleis eller annet. *DigitalScenen* er en av aktørene som var med på å formidle denne typen konsserter. Det scenen har tilbudt, er i hovedsak å kunne strømme via en Facebook-gruppe med 150 000 følgere. Plattformen drev moderering for å forsikre seg om at det er liveopptredenen av musikk eller annen kunstnerisk virksomhet og ikke noe annet som presenteres, men var ellers åpen for alle som måtte ønske å strømme der. *Brakkesyke* drev etter samme prinsipper, men var mer involvert med å utvikle en tydeligere profil opp mot jazz- og folkemusikkpublikumet.

Den har var også i tettere dialog med artistene og bisto med blant annet teknisk rådgivning i forbindelse med konsertene. Begge foretakene hevdet at de er idealistiske, ikke-profitt foretak (selv om Digital-Scenen er registrert som et AS).

*Ferdig-rigget-scene-modellen.* Dette er modellen som ble utviklet av de etablerte konsertscenene som har arrangert strømmekonsserter under pandemien. Også det mye omtalte initiativet *Koronerulling*, konsertserien som Christer Falch dro i gang, faller inn under denne kategorien. Konsertene foregikk (i hovedsak) på de tradisjonelle konsertscenene til arrangørene, og arrangørene stod for full rigg – scene, lys, lyd og overføring. Arrangementene ble markedsført via arrangørenes tradisjonelle kanaler, og strømmingen har blitt formidlet fra arrangørenes Facebook-plattformer. Betaling, som også i dette tilfellet var frivilling og donasjonsbasert, ble også håndtert av arrangørene. Artistene opptredte under en break even-avtale og en splitt, for eksempel 80/20, på eventuelle inntekter over det. Børge Fjordheim fra Tou Sessions fortalte at produksjonskostnadene i snitt lå på 10 000–15 000 kroner per konsert.

*Musikkvideo-format-modellen.* Den mest ambisiøse modellen for strømmekonsserter er det utvilsomt *VIERLIVE* som representerer. Av mangel på noen bedre betegnelse bruker vi deres egen betegnelse på at det de har ønsket å få til ikke er strømmekonsserter, men «live musikkvideoer». *VIERLIVE* skiller seg også fra de to nevnte modellene ved at de har utviklet en selvstendig strømmeløsning uavhengig av Facebook eller andre internasjonale aktører, samt at de økonomisk baserer seg på forhåndssalg av billetter. De slo på stortrommen og lanserte seg som «verdens første fullstrømmete musikkfestival» kalt Et helt annet sted i påskeuken. Festivalen omfattet ti toppnavn fra norsk musikkliv, blant andre Sigrid og Aurora. Hver av opptredenene ble arrangert på ulike lokaliteter – en hotellsuite, en nedlagt motorveibro, utenfor den amerikanske ambassaden – med avansert dramaturgisk regi og utstrakt kostyme- og kulisseriebruk. Det var altså snakk om svært påkostete produksjoner som formmessig befant seg et sted mellom konsserter

og musikkvideoer. Kristoffer Lo fra VIERLIVE anslo at hver produksjon kostet mellom 400 000 og 700 000 kroner. Over 200 personer var involvert i festivalarrangementet totalt. Artistene opptrådte med et minstehonorar på 100 000 kroner og en break even-avtale, som ingen nådde opp til da festivalen solgte betydelig færre billetter enn forventet (8500 festivalpass totalt). VIERLIVE har siden fortsatt med enkeltstående konserthappeninger og «minifestivaler», med noe nedskalert produksjon, men med samme grunnleggende filosofi og ambisjon.

*Oppå-vanlig-konsert-modellen.* Oppstartsforetaket STREAMY kan representere det vi har skilt ut som en fjerde modell. Som VIERLIVE har STREAMY utviklet en selvstendig strømmepattform og en modell basert på forhåndssalg av billetter. De første arrangementene deres fant sted allerede før påsken 2020 og var, som alt annet da, rene strømmekonsserter. Forretningsmodellen har imidlertid helt fra starten vært å kunne avholde konsserter og andre arrangementer som både finner sted med et fysisk publikum i salen, og som er tilgjengelig via strømming. Pia Nordskaug forklarte at ideen er å kunne tilby strømming av konsserter som enten er utsolgte eller som publikum av en eller annen grunn ikke kan delta på, enten fordi «de bor i Hammerfest, har et fysisk handikap eller sosial angst». I motsetning til VIERLIVE har STREAMY ikke ønsket å involvere seg i det kreative, men tilby tekniske løsninger, plattform og kompetanse for å kunne selge billetter til strømmeoverføringer av «vanlige» konsserter.

De fire modellene vi har skissert ovenfor, representerer fire ulike måter å organisere strømmekonsserter på. Den mest iøynefallende forskjellen i økonomisk forstand går mellom de to første modellene, hvor konsertene i utgangspunktet er fritt tilgjengelige og donasjonsbasert, og de to siste, der det legges opp til ordinært forhåndssalg av billetter. Det er imidlertid også flere andre forskjeller mellom praksisene som har betydning for hva artistene (og andre aktører i musikkbransjen) sitter igjen med økonomisk og kunstnerisk.

Strømmekonsserter varet sentralt samtaletema blant artister og alle andre aktører i musikkbransjen i 2020. Spørsmålet om inntjening var

stadig tilbakevendende i intervjuene vi gjorde, selv når informantene i utgangspunktet snakket om andre temaer. Alle hadde fått med seg – og noen hadde opplevd – at betalingsviljen blant publikum var høy i starten av nedstengningen, men at den raskt viste en fallende kurve. Simen Følstad Nilsen i Aiming For Enrike påpekte det paradoksale i situasjonen utover våren, hvor den stadig økende profesjonaliteten og kvaliteten på strømmekonsertene ble møtt med en stadig synkende betalingsvilje.

På produksjonssiden har kostnader og ressursbruk knyttet til strømmekonsserter vært avhengig av hvordan de blir satt opp – fra enkle hjemmeproduksjoner via sceneproduksjoner til mer omfattende produksjoner med filmatiske og dramaturgiske elementer. Et av hovedargumentene til Christer Falck i Koronerulling har vært at strømmekonsserter kan gi større inntekter til artistene fordi de kan arrangeres uten alle de unødvendige og fordyrende mellomleddene som opererer i det ordinære konsertmarkedet. Når det gjelder de rene kostnadene ved å arrangere strømmekonsserter, hevdet flere av artistene at disse ikke hadde vært noe mindre enn for vanlige konsserter, snarere motsatt. Det var mer omfattende produksjoner enn vanlige live-opptredener – og følgelig mer jobb med lyd, lys, kamera, regi og overføring. At det var behov for å bruke egne smitteverneksperter i flere sammenhenger, bidro til å øke kostnadsnivået. Gjennomgående sa informantene at det ikke har vært noe god økonomi i å gjøre strømmekonsserter.

De fleste av artistene vi intervjuet, var enige om at hvis strømmekonsserter skal fortsette på sikt, må en eller annen betalingsløsning komme på plass. Flere uttrykte sterk skepsis til «gratiskulturen» på internett, med referanse til musikkbransjens tidligere negative erfaringer med fildeling. Torgeir Waldemar sa for eksempel: «Musikkbransjen har gjort seg selv en bjørnetjeneste ved å legge seg selv ut til gratis bruk [...] Jeg synes det er veldig dumt å fortsette å lære opp folk til at musikk er gratis.» Marte Wang mente også at det virket «lite bærekraftig for bransjen å gjøre gratiskonsserter». Samtidig syntes hun, som flere andre, at det var vanskelig å se for seg gode økonomiske



modeller for hvordan man kan gjøre strømmekonsserter med billettløsninger og lignende. Mange uttrykte skepsis til inntjeningspotensialet i strømmekonsserter på sikt. Det ble pekt på at en «digital konsert» i utgangspunktet ikke kan behandles som en «vanlig konsert», fordi det ikke er den samme opplevelsen for publikum. Som Rémy Malchère Pettersen i brenn. formulerte det: «Jeg skulle jo ønske at det kunne blitt behandlet som livekonsserter, men jeg forstår jo så inderlig godt at de ikke kan det.»

*Vil strømmekonsertene endre arbeidsmåter, rollefordelinger og maktstrukturer i musikkindustrien?* Internt i musikkbransjen har fremveksten av strømmekonsserter utløst noen til dels sterkt opphetete diskusjoner om unødvendige bransjeledd og endring av bransjestrukturer. De ulike strømmemodellene vi presenterte i forrige avsnitt, belyser ulike aspekter ved slike diskusjoner gjennom både måten de er organisert på og rasjonalet bak etableringen av dem. *Brakkesyke* og *DigitalScenen* kan sies å være de minst strategiske og gjennomtenkte av initiativene i denne sammenhengen. De har, for å bruke rockesjargong, vært preget av mer en kick-ass-tilnærming, som handler om å ikke bare sitte og sutre, men snu krisen til en anledning til å gjøre noe nytt og gøyalt. Samtidig fremhever Filip Roshau i *Brakkesyke* at de har tenkt konsertene som et «studieprosjekt», en mulighet til å lære noe nytt, utvikle kompetanse som kan komme til nytte senere. *STREAMY* har heller ikke inntatt noe eksplisitt musikkpolitisk standpunkt, men representerer like fullt et interessant entreprenørskap, et eksempel på et foretak som forsøker å etablere og utvikle en ny tjeneste som en ny situasjon og et nytt marked åpner mulighetene for.

*Koronerulling* og *VIERLIVE*, derimot, er begge initiativ som har hatt tydelige og eksplisitte musikkpolitiske begrunnelser bak etableringen, og som representerer diametrale motpoler i bransjediskusjonen. For Christer Falck var ideen bak *Koronerulling* å hjelpe *artister og andre scenearbeidere* i en krisesituasjon. Samtidig ønsket han å rette søke-lyset mot og røske opp i det han ser som unødvendige og fordyrende mellomledd i musikkbransjen:

Jeg tror de som har *minst* å tjene på denne situasjonen, er managere og bookingselskaper som sitter og tenker «Hva faen gjør vi nå?» Som artist ville jeg tenkt: «Hvor avhengig er jeg *egentlig* av dem?» Dette er jo å piske oppunder dårlig bransjestemning, men det finnes mange aktører som ikke trenger å være der. Dette mente jeg også før korona, men det blir veldig tydelig nå [...] Det er det jeg tenker om plateselskaper også [...] Det er jævlig mange som er overflødige i denne bransjen. Folk som lever på at artister er uvitende om hvor mye billigere og mer effektivt de kan gjøre ting.<sup>22</sup>

I kontrast til dette var utgangspunktet for VIERLIVE å involvere *hele bransjen*, ut fra en tankegang om et behov for å stå sammen og vise solidaritet for at flest mulig skulle komme mest mulig velberget gjennom krisen. Kristoffer Lo forklarte:

I motsetning til Christer Falck, som syntes det var helt idiotisk at han ble ringt ned av en sint bookingagent fordi han hadde tatt kontakt direkte med artisten, så skulle alle avtaler her gjøres med den helt vanlige metoden som når man booker et band eller en artist til en hvilken som helst klubb eller festival. Helt vanlig. Alle ledd, hele næringskjeden skulle tas med.

De ulike tilnærmingene til strømmekonsertene som Koronerulling og VIERLIVE representerte, dannet utgangspunkt for en i skrivende stund fremdeles pågående bransjediskusjon.

Artistene vi intervjuet, var delt i synet på denne diskusjonen. Ingrid Olava uttalte for eksempel: «Jeg tror Christer har en poeng i at mange artister sikkert vil få noen aha-opplevelser når en slik situasjon oppstår, i forhold til hvor mange mellomledd som egentlig er nødvendig.» Flere artister påpekte at strømmekonsertene ikke var omfattet av de ordinære avtalene de hadde med bookingselskapene. Kristoffer Lo utdypet alle de nye problemstillingene strømmekonsertene reiste:

---

22 Sitert i Bamle (2020).

Fordi alle de vanlige reglene, alle de vanlige bookingkontraktene, de opphører. Fordi plutselig kan konserten leve evig. Hvem eier rettighetene til konserten? Er det en film eller er det en konsert? [...] Hvordan er det med billettsalg? Fordelingsnøkler? Hvordan skal man måle hvor mange mennesker som kommer inn og ser den ene konserten?

Slike forhold gjorde at enkelte av artistene hadde valgt å holde bookingselskapene sine helt utenfor i forbindelse med strømmekonsertene ut fra argumentet om at de ikke hadde vært involvert i arrangementene.

Andre artister tok avstand fra Christer Falcks posisjon. Tor Arne Vikingstad i Sløtface sa for eksempel: «Jeg er delvis uenig med Christer Falck som sier 'la oss revolusjonere musikkbransjen' [...] Fra mitt ståsted så er de som jobber i plateselskapet, bookingbyrået vårt og alt rundt, mine kollegaer.» Seks av de elleve artistene vi intervjuet, hadde valgt å dele inntektene fra strømmekonsertene med bookingbyrået sitt (mens D.D.E. driver booking selv, så problemstillingen er ikke relevant). Dette valgte de å gjøre selv når bookingen hadde foregått utenom byrået, de selv hadde vært mye mer involvert i arrangementet enn vanlig og/eller donasjonene eller honoraret hadde gått rett til dem. Argumentet for å gjøre det slik på tross av at det var utenfor de ordinære avtalene, handlet om solidaritet og relasjonsvedlikehold. Torgeir Waldemar peker også på hvordan bookingagenten hans ikke bare hadde tapt alle inntektene på avlyste konserter, men også fått mye ekstraarbeid: «Å flytte hele sommerfestival-turneen er jo en kjempejobb, som de da ikke ser en krone av før neste sommer.»

Ingrid Olava håper krisen vil føre til at både bransjen selv og samfunnet rundt får en større forståelse for *økosystemene rundt musikken*. Hun mener at den offentlige debatten rundt musikkbransjen i lang tid har vært basert på feil premisser:

Mange mener utrolig mye om musikkbransjen basert på det lille de ser av den. Og av suksesshistorier hvor de ikke forstår at det er en

underskog [...] Men alt er egentlig del av et økosystem. Og det er økosystemet som skal – det skal ikke overfinansieres heller [...] Men det å ha en grunnleggende forståelse for at det ligger mye trøkk bak en suksess, som ikke bare handler om det som har vært direkte medårsak til den ene, men at det handler om hele miljøer, det er viktig.

I hennes øyne har koronasituasjonen bydd på «interessante kunstneriske diskusjoner» som kan føre til at offentligheten får en bedre forståelse av musikkbransjen, og at disse diskusjonene «dypest sett er det største» akkurat nå – diskusjonene om «hvordan vi forsvarer og forvalter det vi driver med best mulig». I tråd med dette trakk noen av artistene trakk frem at de har fått et nytt syn på betydningen av *fagorganisering*, og at et sannsynlig utfall av nedstengningen, etter deres syn, var at fagorganisasjonene ville få en styrket rolle.

## Diskusjon: Fra mangelfulle konserter til mer enn konserter?

Det som skjedde våren 2020, var bemerkelsesverdig. Det er nesten utrolig å tenke på at alle disse ulike initiativene og modellene vi har beskrevet, ble utviklet og var oppe og sto i løpet av noen få korte uker. Det har, som vi tidligere har påpekt, eksistert løsninger for og foregått livestrømming av musikk i mange år, men strømmekonserter har vært et spredt, perifert og marginalt fenomen i både norsk og internasjonal sammenheng. Sånn sett representerte våren 2020 en bråmodning og en forsering av en utvikling som ellers sannsynligvis ville tatt flere år (eller ikke funnet sted i det hele tatt).

Vår hovedproblemstilling dreier seg om hvorvidt denne utviklingen bare var en nødløsning for artister og arrangører i en unntakssituasjon, og sånn sett først og fremst vil bli stående som en parentes i musikkformidlingshistorien. Eller om formidlingsformen videre kommer til å innta en mer prominent rolle på linje med allerede etablerte

formidlingsformer også etter at perioden med smitteverntiltak er over. Nedenfor skal vi gå gjennom fire hovedfunn fra analysen.<sup>23</sup>

1. *Fra rop om revolusjon til tilbake til normalen.* Det mest omdiskuterte og kontroversielle utspillet i norsk musikkliv våren 2020 var utvilsomt Christer Falcks angrep på det han omtalte som unødvendige og fordyrende mellomledd i det ordinære konsertmarkedet. Strømmekonsserter, mente han, ga artistene mulighet til å gjøre opptredener uten å gå veien om disse mellomleddene og dermed beholde en større del av inntektene selv. Som vi så, var artistene delt i synspunktene på Falcks utspill. Noen mente at han rettet et viktig søkelys mot forhold som koronasituasjonen aktualiserte, og for enkelte var situasjonen en invitasjon til å tenke nytt om verdiproduksjonsnettverkene og fordelingsnettverkene i bransjen. Andre mente Falck var «helt på jordet» – det situasjonen krevde mer enn noen gang, var bransjesolidaritet og samhold på tvers i bransjen.

Det har i første rekke vært oppgavene til bookingagentene som har vært i søkelyset i forbindelse med strømmekonsertene. Trenger man et slikt mellomledd når man setter opp konsertene selv og får betalingen direkte fra publikum? Som flere av artistene påpekte, var ikke strømmekonsserter omfattet av standardavtalene artister tegner med bookingagenter. I praksis så vi at artistene forholdt seg svært ulikt til dette forholdet. Noen brukte ikke agenter til vanlig, noen holdt agentene utenfor nå, noen lot agentene få sin ordinære splitt selv om de ikke hadde vært involvert i konsertavviklingen, mens noen involverte agentene på helt vanlig vis fra starten.

Vi kan imidlertid observere et tydelig mønster: Mens de første strømmekonsertene ble behandlet som ekstraordinære begivenheter, falt ting mer tilbake til normalen utover våren. Det vil i denne sammenheng si at stadig flere begynte å behandle strømmekonsserter på linje med ordinære konsserter. Noe som igjen vil si at bookingagentene

---

23 Disse svarer til hver av underproblemstillingene våre, behandlet i motsatt rekkefølge fra analysen.

oftere og av flere ble involvert på vanlig vis (av den majoriteten som brukte bookingagenter til vanlig). Det ser dermed ut til at strømmekonsertene så langt i beskjeden grad har ført til bortfall av eksisterende mellomledd i musikkindustrien.

Derimot kan vi observere eksempler på introduksjonen av nye mellomledd. Enhver «strømmekonsertarrangør» er i utgangspunktet et nytt mellomledd, men når etablerte konsertscener, som Tou Scene i vår undersøkelse, setter opp strømmekonsserter, er det bare det samme mellomleddet som opptrer i en ny rolle. På den andre siden er både Brakkesyke, Koronerulling og VIERLIVE eksempler på nye konstellasjoner av aktører, men i hovedsak fra den etablerte musikkbransjen, som setter opp en ny tjeneste (de to første som et midlertidig tiltak, VIERLIVE med ambisjon om å operere på permanent basis). STREAMY, endelig, eksemplifiserer et forsøk fra nye aktører utenfra på å etablere en ny tjeneste innenfor musikkindustrien.

Vi har i denne artikkelen i liten grad omtalt strategiene til de store internasjonale sosiale medie- og strømmepattformene. På vårparten 2020 fremsto det som om disse i stor grad ble tatt på senga av strømmekonsertboomen. Utover høsten 2020 så vi imidlertid fremstøt fra flere av disse, med utvikling av nye tjenestetilbud innrettet mot å gjøre seg attraktive som arrangører og formidlere av slike konsserter. For eksempel kom Facebook med en løsning for forhåndsbetaling av konsserter, Twitch gjorde flere oppkjøp av strømmekonsertplattformer, og Spotify kom med redesign og økt satsing på sin «konsert-seksjon».<sup>24</sup> Det er derfor rimelig å forvente at slike teknologiaktører fremover vil få en mer dominerende posisjon som mellomledd i strømmekonsertsammenheng, slik de allerede har for innspilt musikk.

2. *Gode betalingsmodeller mangler.* Spørsmålene om rolle- og maktskyvninger, både innenfor musikkindustrien og i forholdet mellom musikkindustrien og teknologiindustrien, er sentrale for *hva slags*

---

24 Agha 2020; Wilson 2020; Nicolaou 2020.

effekter strømmekonsertfremveksten vil ha på lang sikt. De forutsetter imidlertid at strømmekonsertene vil etablere seg som en betydningsfull formidlingsform. Og nøkkelkriteriet for dette er inntektene de genererer – altså ikke hvordan inntektene skal fordeles, men hvor mye det er å fordele. Det er liten tvil om at dette har vesentlig betydning for artistenes motivasjon til å utforske strømmekonsert-formatets potensial.

Av de fire modellene vi identifiserte for gjennomføring av strømmekonsserter, var to donasjonsbaserte og to forhåndsbetalingsbaserte. De donasjonsbaserte er de som har vært økonomisk mest vellykkete, men det skyldes nok i stor grad den solidaritetsbaserte betalingsviljen hos publikum i perioden like etter nedstengningen, og den viste senere på vårparten en sterkt dalende kurve. Forhåndsbetalingsmodeller har så langt ikke levd opp til aktørenes forventninger – det har vært vanskelig å få publikum til å betale for strømmekonsserter med prising som på vanlige konsserter, noe både STREAMY, VIERLIVE og etablerte konsertarrangører har fått erfare. I tillegg til donasjoner og billettsalg har artistene i noen tilfeller fått inntekter fra annonsører (mer internasjonalt enn hjemme) og gjennom sponsorer (som for eksempel når DNB gjennom sommeren 2020 sponset en serie digitale festivalkonsserter).

Det finnes andre alternative modeller som vi kanskje vil se mer av fremover. En av dem er et system med mikrobetalinger, som gir mulighet for å kombinere forhåndsbetaling (for eksempel en svært lav inngangsbillett), underveisbetaling (for eksempel for gode prestasjoner eller låter spilt på oppfordring) og etterkantbetaling (for eksempel for å bli en premiumsupporter med visse fordeler). Så langt er det live-strømme-plattformen Twitch som har implementert det mest avanserte systemet for mikrobetaling, og plattformen har hatt stor suksess med bruk av dette i forbindelse med spill-strømming. En annen modell er signering til plattformer, slik det lenge har vært utbredt for eksempel at YouTube har signert gode og populære videoskopere, eller mer nylig at Spotify har signert podkastere, og der det altså er plattformene som lønner artistene.

En annen finansieringsform er offentlige støtteordninger til kultur av ulike slag. Det offentlige har ytt betydelig støtte til kulturlivet under koronakrisen. Mye av støtten har hatt en innretning mot å stimulere til fortsatt aktivitet, men fortrinnsvis rettet mot fysiske arrangementer, ikke til å utvikle digitale formidlingsformer. I forbindelse med støttepakken på 900 millioner som kulturminister Abid Raja lanserte i oktober 2020, var for eksempel et hovedbudskap at «julekonsertene var red-det» – altså at artister ville få støtte så de kunne gjennomføre fysiske julekonserter selv med strenge publikumsbegrensninger. En slik ikke-digital innretning på koronastøtten føyer seg inn i en lengre tradisjon for offentlige støtteordninger på medie- og kulturfeltet, for eksempel hvordan pressestøtten lenge var eksklusivt knyttet til papiraviser<sup>25</sup> eller hvordan allmennkringkasterstøtten til TV2 er knyttet utelukkende til deres lineær-tv-tilbud, ikke til deres strømme-tv-tilbud.<sup>26</sup>

3. *Må være noe mer enn vanlige konserter.* Hva så med det kunstneriske aspektet? På samme måte som det eksisterte betydelig skepsis rundt økonomien i strømmekonserter, ga en god del av artistene vi intervjuet uttrykk for dårlig erfaring med den kunstneriske opplevelsen – strømmekonserter var en mangelfull erstatning for fysiske konserter og et nødvendig onde i en nødsituasjon. Men selv de med mest negative erfaringer trodde at koronasituasjonen hadde åpnet et nytt marked – at strømmekonserter ville få en større plass også i fremtiden og under mer normale omstendigheter.

Uavhengig av egen opplevelse var det unison enighet blant artistene om at strømmekonserter må være *noe mer og noe annet* enn vanlige konserter, hvis de skal ha en fremtid. Som Rémy i brenn. sa: «Jeg tror det er en veldig ødeleggende tanke, ved hele det livestream-konseptet, at man skal gjøre det så likt som en konsert som mulig. Det blir jo å se bort fra både mulighetene og begrensningene ved formatet.»

---

25 Spilker 2005.

26 Enli & Syvertsen 2017; Spilker mfl. 2020.



Så hva er *noe mer og noe annet*? I analysen identifiserte vi tre ulike strategier for å utvikle strømmekonsertformatet til en selvstendig uttrykksform: *ekspansjon, intensivering og intimisering*.

Ekspansjonsstrategien er den som på mest iøynefallende vis skiller seg fra fysiske konsserter, spesielt representert ved konsertene i regi av VIERLIVE. Deres «live musikkvideo»-konsept utforsket strømmekonsertenes muligheter til å løsrive seg fra konsertscenenes begrensninger gjennom valg av overraskende lokaliteter, mulighet for stedsforflytninger, mer utstrakt bruk av koreografi og vekt på det visuelle, samt muligheten til gjennom kameraføring å ikke bare velge hvordan ting skal se ut, men også hva folk skal se på. Et annet eksempel på ekspansjonsstrategien er representert ved D.D.E., som under en strømmekonsert, som opprinnelig skulle vært avholdt fysisk på Fauske, la inn intervjuer med en skiløper og en tidligere fotballspiller fra distriktet.

Intensiveringsstrategien dreide seg om å kompensere for bortfallet av publikum gjennom å rendyrke presentasjonen av musikken gjennom større intensitet og konsentrasjon om det musikalske. Som Staysman uttrykte det: «[D]u kan ikke ha en dårlig dag på jobb i et tomt strømmelokale. Da må du 'opp i ringa'».

Intimiseringsstrategien handlet om på ulike vis å la publikum slippe enda nærmere innpå artisten enn det som er mulig ved ordinære konsserter. Marthe Wangs «bursdagskonsert» fra stuen sin, der hun inviterte publikum til å bli med på å spise kake og chattet flittig med dem underveis, er et godt eksempel. Silje Nergaards hjemmekonsertserie – «Silje's living room sessions», der hun inviterte en ny gjest hver gang – viser også hvordan en slik intimiseringsstrategi kan åpne opp for originalt musikalsk innhold, treffpunkter, eksperimenter og improvisasjon som av flere grunner ikke kunne vært gjort i så rendyrket form i en vanlig konsertsammenheng.

4. *Strømmekonsserter som et format for spesielle anledninger*. Et siste funn vi vil poengtere, er noe flere av informantene trakk frem når vi spurte dem om strømmekonsertenes fremtid: Alle savnet å opptre

for et tilstedeværende publikum og var enige om at strømmekonserten under normale omstendigheter aldri vil kunne erstatte fysiske konserten. De fleste hadde også betydelige spesielt økonomiske, men også kunstneriske motforestillinger mot strømmekonserten som en bred åpening for fremtidig musikkformidling. Derimot trodde flere at strømmekonserten vil kunne finne sin plass som et supplement i spesielle situasjoner, altså at de er egnet til spesifikke typer bruk. Og da gjerne typer bruk der man så bort fra det økonomiske aspektet – altså som gratis konserten der økonomisk vinning eventuelt ville være en langsiktig effekt.

Sigvart Dagsland mente for eksempel at strømmekonserten kan egne seg godt for spesielle stunts og markeringer, eksempelvis i tilknytning til plateslipp eller jubileer, og Bendik HK nevnte at slike konserten kan egne seg til «referansebruk». Tilsvarende ser Ingrid Olava en fremtid for strømmekonserten som «promoverktøy»: «Hvis jeg for eksempel har laget et konseptalbum av noe slag eller noe slikt, så kunne jeg kanskje laget en type strømmet konsert som var kryssklippet med at jeg sitter og diskuterer noe med en journalist – om plata eller noe lignende.»

## Konklusjon: muliggjørende momenter

Koronanedstengningene førte musikklivet inn i det Pfaffenberger betegner som en «liminalfase»: en periode med usikkerhet, ustabilitet og uorden, men som også åpner noen nye muligheter.<sup>27</sup> I sin bok *Da musikken stilnet* dokumenterer Arvid Skancke-Knutsen og Per Ole Hagen de mange negative konsekvensene nedstengningen har hatt for de fleste aktørene i den norske musikkbransjen.<sup>28</sup> Fremveksten av strømmekonserten fremstår i denne sammenheng som et positivt aspekt. Studien vår viser hvordan slike konserten har utløst kreativitet

---

27 Pfaffenberger 1992.

28 Skancke-Knutsen & Hagen 2020.

på en rekke nivåer – industrielt, økonomisk, kommunikasjonsmessig og kunstnerisk. Samtidig har også formidlingsformen skapt mye diskusjon om aktører, om rollefordelinger, om forretningsmodeller, om distribusjonsformer, om kunstneriske uttrykk.

Vi våger allikevel å konkludere med at strømmekonsserter ikke vil bli noen omvelter for musikkindustrien – de vil ikke endre konsertformatet på samme måte som først fildelingsnettverkene og siden strømmepattformene endret distribusjonen av musikk i opptak.<sup>29</sup> Til det er det heftet altfor mye økonomisk usikkerhet ved slike arrangementer. Strømmekonsserter vil sannsynligvis bli mer utbredt som formidlingsform enn før koronakrisen, men likevel med et avgrenset og forholdsviss beskjedent bruksområde, og mer som supplement enn som erstatning. Samtidig kan vi forvente at strømmekonsertene i kunstnerisk forstand i enda tydeligere grad vil finne sin unike og selvstendige form, som noe annet enn ordinære live-konsserter. De tre strategiene vi identifiserte i denne sammenheng – intimisering, intensivering og ekspansjon – viser noe av det kunstneriske mulighetsrommet for strømmekonsertformatet.

Funnene i denne studien er basert på intervjuer med aktører på «produksjonssiden» av strømmekonsserter – artister og konsertarrangører. Fremtiden til strømmekonsserter er imidlertid ikke bare i hendene deres – publikums opplevelser og synspunkter er (minst) like viktige, og bør derfor være gjenstand for like stor oppmerksomhet for videre forskning. Videre har vi utover høsten 2020 og våren 2021 sett en utvikling der nye aktører, ikke minst fra teknologiindustriene, utvikler strategier og initiativ for å posisjonere seg som mellomledd – som tilretteleggere og distributører – i strømmekonsertmarkedet. Tradisjonelle konsertarrangører møter konkurranse fra nye aktører, både innenfor og utenfor musikkindustrien, og både nasjonale og internasjonale aktører. Sannsynligvis vil kamparenaen i dette markedet fremover i første rekke stå mellom den tradisjonelle konsertsektoren og de store, internasjonale teknologiindustriaktørene.

---

29 Se Spilker 2018; Wikström 2020.

## Litteratur- og kildeliste

- Agha, W. (2020, 30. april). Facebook Is Now Allowing Musicians To Charge For Live Concerts Online! *Bingedaily*. <https://www.bingedaily.in/article/facebook-is-now-allowing-musicians-to-charge-for-live-concerts-online>
- Burnett, R. & Weber, R.P. (1989, august). Concentration and diversity in the popular music industry 1948–1986. Paper presentert på The 84<sup>th</sup> Annual American Sociological Association Conference, San Francisco, CA.
- Crisell, A. (2012). *Liveness and recording in the media*. Red Globe Press.
- Enli, G. & Syvertsen, T. (2017). 25 år med kommersiell kringkasting. TV 2s historie gjennom redaktørblikket. *Norsk medietidsskrift*, 24(3), 1–17.
- Halmrast, H.H., Sjøvold, J.M., Røed, T.S., Slemdal, L.I. & Stampe, P.L. (2019). *Kunst i tall 2019: Inntekter frå musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst*. Kulturrådet.
- Hracs, B.J. (2012). A creative industry in transition: The rise of digitally driven independent music production. *Growth and change*, 43(3), 442–461. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-2257.2012.00593.x>
- Hracs, B.J. (2015). Cultural intermediaries in the digital age: The case of independent musicians and managers in Toronto. *Regional Studies*, 49(3), 461–475.
- Jones, A. & Bennett, R.J. (2015). *The digital evolution of live music*. Chandos Publishing.
- Kiberg (2020). Personaliserte anbefalinger og musikalsk mangfold – en umulig kombinasjon? *Norsk medietidsskrift*, 107(3), 1–18. <https://doi.org/10.18261/ISSN.0805-9535-2020-03-03>
- Kjus, Y. (2018). *Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium*. Palgrave Macmillan.
- Kjus, Y. & Storstein Spilker, H. (2020). Lyden av digitalisering: Preludium om musikk og medier. *Norsk medietidsskrift*, 107(3), 1–10.
- Kusek, D. & Leonard, G. (2006). *The future of music: Manifesto for the digital music revolution*. Berklee Press.

- Lessig, L. (2008). *Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy*. The Penguin Press.
- Leyshon, A. (2001). Time-space (and digital) compression: Software formats, musical networks, and the reorganization of the music industry. *Environment & Planning*, 33, 49–77.
- Maasø, A. & Danielsen, A. (2009). Mediating music: Materiality and silence in Madonna's «Don't Tell Me». *Popular Music*, 28(2), 127–142.
- Nicolaou, A. (2020, 15. septemner). Spotify to push live streaming concerts in response to Covid-19. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/973f8676-705f-4b88-9394-9c4a8bc08485>.
- Pfaffenberger, B. (1992). Technological Dramas. *Science, Technology, and Human Values*, 17(3), 282–312. <https://doi.org/10.1177/016224399201700302>
- Richards, D. (1996). Elite interviewing: Approaches and pitfalls. *Politics*, 16(3), 199–204.
- Skanche-Knutsen, A. & Hagen, P.O. (2020). *Da musikken stilnet*. Oslo: Absolutt Forlag.
- Spilker, H.S. (2005). Den store oppdragelsen: Utviklingen av kommersielle internettjenester i Norge ca. 1997–2003 [doktorgradsavhandling]. NTNU.
- Spilker, H.S. (2012). The Network Studio Revisited: Becoming an Artist in the Age of «Piracy Cultures». *International Journal of Communication, Special Ed. on Piracy Cultures*, 6(22), 773–794. <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1087/730>
- Spilker, H.S. (2018). *Digital Music Distribution: The Sociology of Online Music Streams*. Routledge.
- Spilker, H.S. & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: Towards a typology of an evolving concept. *Media, Culture & Society*, 42(7–8), 1210–1225. <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>
- Spilker, H.S., Johannessen, M. & Morsund, E. (2020). Samfunnsoppdrag i forvirring? En analyse av sjangermangfold og programleggingsteknikker i NRK og TV2 på lineær-tv og strømme-tv. *Norsk Medietidsskrift*, 4(27).
- Theberge, P. (2004). The network studio: Historical and technological paths to a new ideal in music making. *Social Studies of Science*, 34, 759–780.

- Tschmuck, P. (2017). *The Economics of Music*. Agenda Publishing.
- Turino, T. (2008). *Music as Social Life: The Politics of Participation*. University of Chicago Press.
- van Dijk, J. (2012). *The Network Society: Social Aspects of New Media* (3. utg.). Sage.
- Wikström, P. (2020). *The Music Industry: Music in the Cloud*. John Wiley & Sons.
- Wikström, P. & DeFillippi, R. (2016). *Business Innovation and Disruption in the Music Industry*. Edward Elgar Publishing.
- Wilson, Z. (2020, 18. september). Beatport is the latest music platform to partner with Twitch. *The Music Network*. <https://themusicnetwork.com/beatport-partners-with-twitch/>.

**Politikk**





# Pandemi som mulighetsrom for digital transformasjon

Aina Landsverk Hagen, Ingrid M. Tolstad og Sara Berge Lorenzen

Skuespiller Sverre Anker Ousdal ser inn i kamera, mens sola skinner inn på ham gjennom vinduet til høyre i bildet, og han deklamerer: «Der bode en underlig gråsprængt en / på den yderste, nøgne ø». Neste ut er skuespiller Ellen Horn i ullkardigan i egen kveldsbelyst stue: «Siden jeg så ham en enkelt gang / han lå ved bryggen med fisk». Innspillingen tar oss gjennom 56 skuespillere og alle 43 vers i Henrik Ibsens berømte dikt *Terje Vigen*. «Nationaltheatrets skuespillere har samlet seg, hver for seg, til en fremføring av diktet om Terje Vigen. Alene, men sammen, for oss alle. God påske, husk å ta vare på hverandre», står det på institusjonens YouTube-kanal. På YouTube ligger det også flere andre hjemmekontor-videoer av denne typen – slike som også KORK og Det Norske Teatret produserte i de første ukene etter at alle kulturinstitusjoner i Norge ble fysisk stengt i midten av mars 2020. Avskåret fra muligheten til å fremføre og formidle kunst og kultur på «vanlig vis» i fysiske rom sammen med publikum, var det mange aktører

denne første pandemivåren som prøvde seg på ulike former for digitalt innhold, både i og utenfor kunst- og kulturfeltet.<sup>1</sup>

Kriser og unntakstilstand, som covid-19-pandemien, kan tvinge frem og skape rom for nytenkning og nyskapning rundt digitale praksiser.<sup>2</sup> Samtidig vet vi fra tidligere forskning at det å lykkes med en vellykket overgang til nye digitale, eller det vi kan kalle hybride praksiser, der det analoge og digitale flettes inn i hverandre, er en spesielt stor utfordring for institusjoner som ble etablert i før-digital tid.<sup>3</sup> I denne artikkelen vil vi se nærmere på hvordan ansatte og ledelse i norske kunst- og kulturinstitusjoner selv opplevde den brå omstillingen til permitteringer, hjemmekontor og usikre fremtidsutsikter, hvordan de tilpasset seg det å være henvist til digitale flater for samhandling og kommunikasjon både internt og med publikum, og hvorvidt (og hvordan) de i denne perioden fant rom til å utforske muligheter og tenke nytt rundt kunstnerisk formidling i og gjennom det digitale.

Vi har valgt å sette søkelys på to slike sentrale institusjoner som begge igangsatte nye og krevende digitale produksjoner våren 2020, produksjoner som har fått anerkjennelse både i og utenfor kulturfeltet: Det Norske Teatret (DNT) som livestrømmet sin oppsetning av *Bienes Historie*, og Henie Onstad Kunstsenter (HOK) som lanserte en egen digital kunstplattform kalt Art Channel. Gjennom dybdeintervjuer med nøkkelpersoner ved de to institusjonene har vi sett nærmere

---

1 Rogaland teater var først ute med å strøme direkte da de satte opp en digital produksjon av stykket *Scener fra et ekteskap*. Trondheim kunstmuseum lanserte digital utstilling, Munchmuseet strømmet omvisninger, mens Den Norske Opera & Ballett viste fram dansernes treningsøkter. Oslo-Filharmonien strømmet hjemmekonsserter, mens Litteraturhuset i Oslo strømmet litteraturopplesninger og debatter, Litteraturfestivalen på Lillehammer gjennomførte digital litteraturfestival og Den kulturelle skolesekken strømmet teaterforestillinger for skoleelever. Bergensfilharmonien strømmet konserter direkte og holdt digital påskefestival. Oslo Nye og Teater Innlandet produserte radioteater og podkast. Ulike spontane initiativ, som den digitale konsertserien Koronerulling, ble også tatt av enkeltaktører i musikkbransjen.

2 Bygdås mfl. 2019.

3 Anderson mfl. 2012.

på hvordan de *som organisasjoner* responderte på og utforsket mulighetsrommet for nye digitale praksiser som oppsto i møtet med de vekslende smitteverntiltakene gjennom 2020 og 2021.

I intervjuene vi gjorde i perioden fra våren 2020 til vinteren 2021, kom det frem at både DNT og HOK opererer ut ifra en grunnleggende oppfatning om at den kunsten de skaper eller formidler, ikke kan digitaliseres: Den fysiske tilstedeværelsen er kjernen i deres kunstneriske virksomhet. Hvordan løser man da det paradoksale ved å stå i en krise som krever – og som i lengre perioder kun hadde rom for – et digitalt kunstnerisk nærvær? Ved pandemiens oppstart var de to virksomhetene allerede i stor grad digitaliserte. De brukte digitale verktøy både for intern kommunikasjon (e-post), i produksjon (lys og lyd), i billett salg (salgsportaler og -plattformer) og formidling (nettsider og sosiale medier). De var imidlertid ikke rigget for utstrakt digital samhandling og digital formidling i sitt daglige virke, og de ble dermed nødt til å tenke nytt og gjøre endringer for å få til dette så godt som mulig i en uforutsigbar og etter hvert langvarig unntakstilstand. Denne artikkelen undersøker hvordan DNT og HOK arbeidet med å digitalisere sitt kunstneriske produksjons- og formidlingsarbeid, og hvordan dette arbeidet hang sammen med den interne krisehåndteringen og den medfølgende omorganiseringen av arbeidshverdag, samarbeidsformer og maktrelasjoner. Vi er dermed særlig opptatt av hvordan og i hvilken grad institusjonenes håndtering av pandemien bidro til *organisatorisk endring*, og hvorvidt sekvensene av hendelser som fant sted i denne perioden, ga varige avtrykk som i ettertid kan kalles *digital transformasjon*.

Organisatorisk endring har i de siste tiårene vært tett knyttet til digital endring.<sup>4</sup> Digital endring handler om mer enn teknologien i seg selv, hvilke plattformer som benyttes, eller hvilke teknologiske løsninger som etableres. Ny teknologi kan endre våre praksiser, men det er ikke gitt av teknologiene som sådan *hvordan* endringene skjer

---

4 Clegg mfl. 2019.

– endringsprosessene er like mye sosialt konstruerte.<sup>5</sup> Vi forstår her digital endring eller transformasjon som en sekvens av hendelser, der teknologiske valg i stor grad følger av organisatoriske, økonomiske eller politiske føringer og av mellommenneskelige relasjoner.<sup>6</sup> Det er likevel ingen selvfølge at teknologiske nyvinninger fører til *varig* digital transformasjon i organisasjoner.

Artikkelen bygger på innovasjons-, organisasjons-, og prosess-teorier generelt, og mer spesielt på litteraturen rundt krisehåndtering, kriseledelse og motstandsdyktighet.<sup>7</sup> Vår hypotese er at denne litteraturen kan ha overføringsverdi til norske kunst- og kulturinstitusjoner ikke bare i risikofylte situasjoner, men også i en situasjon preget av vedvarende ustabilitet. Vi diskuterer hvordan krise og unntakstilstand *kan*, men ikke nødvendigvis *vil*, skape rom for transformasjon, og argumenterer for hvordan de komplekse utfordringene DNT, HOK og andre kunst- og kulturinstitusjoner i Norge har stått overfor gjennom en global krisetid, først og fremst representerer muligheter for organisatorisk læring: Hvordan integrerer organisasjoner (påtvungne) digitale praksiser i hverdagsarbeidslivet, slik at det blir mulig for dem både å skape godt, skape nytt og skape endringer og læring som varer – også for fremtidige, potensielle krisesituasjoner?

## Metodiske vurderinger og betraktninger

Vi startet arbeidet med å kartlegge institusjonenes ulike digitale praksiser – både etablerte praksiser og nye praksiser som oppsto i forbindelse med nedstengningen. Vi gjorde en nettnografisk undersøkelse, der målet var å identifisere hvilke aktører det ville være relevant for oss å undersøke nærmere empirisk.<sup>8</sup> Fra april til august 2020 fulgte vi med

---

5 Clegg mfl. 2019: 1.

6 Weick 1990.

7 Weick mfl. 1999; Bundy mfl. 2017.

8 Kozinets 2010.

på en rekke norske og utenlandske kunst- og kulturinstitusjoners digitale kanaler og produksjoner, og dessuten hva som ble skrevet og sagt om disse i sosiale medier, nettmagasiner, tidsskrifter og aviser. Det digitale kunst- og kulturmagasinet *Subjekt* anmeldte gjennom våren 2020 de digitale plattformene til en rekke norske museer. Dette ble en viktig kilde for å få oversikt over ulike digitale initiativ og strategier innenfor det visuelle kunstfeltet. Vi gjennomførte også et innledende intervju med en uavhengig aktør i teaterfeltet, freelanceregissør og scenekunstner Mine Nilay Yalcin, som var tilknyttet Kilden teater og konserthus i Kristiansand.<sup>9</sup>

Ut ifra dette empiriske materialet valgte vi i den videre datainnsamlingen, som nevnt ovenfor, å konsentrere oss om Det Norske Teatret og Henie Onstad Kunstsenter.<sup>10</sup> Vi ønsket å utforske likheter mellom organisasjoner som ble omtalt som nyskapende i denne perioden, heller enn å se på variasjoner mellom et større utvalg organisasjoner.<sup>11</sup> Artikkelen er basert på dybdeintervjuer med tillitsvalgte og ledelse ved begge institusjoner i perioden fra mai 2020 til mars 2021, i tillegg til observasjoner av oppsetningen *Bienes historie* ved DNT og sendinger på HOKs Art Channel.<sup>12</sup> Vi ønsket også å undersøke om organisasjonenes respons under nedstengningen våren 2020 førte til endringer som de ansatte selv hadde tro på at ville vare, både i pandemiens påfølgende faser og senere. Det var derfor viktig for oss å få perspektiver over tid

---

9 Se også Perez & Brun, dette volum.

10 Vi skylder også deltagerne på Kulturrådets programseminar i september 2020 en stor takk for å lede oss i retningen av dypdykk heller enn mot en bred oversikt over feltet.

11 Weick mfl. 1999 og Carlsen mfl. 2012.

12 Det ble gjennomført totalt syv dybdeintervjuer med totalt ti personer. Det ble gjort seks dybdeintervjuer med til sammen ni representanter for ledelse og ansatte i DNT og HOK, alle gjennomført via Zoom. Vi intervjuet tre personer i HOK og seks personer i DNT. Av disse tilhørte fem personer ledelsen, mens fire var tillitsvalgte og ansatte i organisasjonene. Alle intervjuer ble gjennomført individuelt, med unntak av to intervjuer i DNT som ble foretatt med grupper på henholdsvis to og tre personer. Det ble også gjennomført et intervju med én uavhengig aktør, som foregikk ansikt til ansikt.

fra ulike deler av administrasjon og ledelse ved disse to institusjonene, fra tillitsvalgte ansatte med ansvar innenfor kommunikasjon, formidling og publikumskontakt, og med scenetekniske, utøvende og kunstneriske roller. Mener de selv at denne situasjonen ga mulighetsrom for nyskaping og ideer som vanligvis ikke ville få gjennomslag i organisasjonene? Og hvordan påvirket organisatoriske og økonomiske strukturer det kreative mulighetsrommet i denne spesielt krevende perioden?

## **Teoretisk bakgrunn: organisasjoner som endring og i krise**

Vi bygger her på en grunnleggende prosessteoretisk tilnærming til organisasjoner. Dette innebærer en ontologisk forståelse av at endring ikke er noe som unntaksvis finner sted, men at endring er et grunnleggende og gjennomgående aspekt ved menneskelig liv. Heller enn å se på organisasjoner som statiske enheter som *utsettes* for endring, forstår vi slik organisasjoner som det kontinuerlige *utfallet* av endring produsert av menneskelig samhandling.<sup>13</sup> I møte med stadig nye fenomener, hendelser og erfaringer, både internt og eksternt, gjør organisasjonens ulike aktører et kontinuerlig arbeid med å tilpasse til og *re-organisere* disse inn i virksomhetens eksisterende kategorier. Samtidig som organisasjonen endres, gjøres det med andre ord et kontinuerlig arbeid for å *opprettholde det bestående*. Dette er et kreativt arbeid som krever refleksivitet og improvisasjon. Ifølge Tsoukas og Source er det nettopp «the reweaving of actors' webs of beliefs and habits of action as a result of new experiences obtained through interactions», som gjøres i forsøket på å *demme opp* for endring, som bidrar til å *generere* den.<sup>14</sup>

I møtet med en ekstraordinær hendelse som covid-19 og de endringene som smitteverntiltakene bidro til å fremtvinge, måtte norske

---

13 Tsoukas & Source 2002.

14 Tsoukas & Source 2002: 570.

kunst- og kulturinstitusjoner gjøre et omfattende arbeid for å opprettholde seg selv som organisasjoner. Hvorvidt og i hvilken grad organisasjonene i denne situasjonen var i stand til å tenke nytt og kreativt om digital samhandling og formidling av og om kunst, kan altså knyttes til spørsmålet om hvorvidt de lyktes med å endre seg slik at de kunne fortsette å være seg selv. Organisasjoner må til enhver tid respondere på eksterne hendelser og dermed endre seg, men *hvordan* de responderer, vil være ulikt og avhenger i stor grad av organisasjonenes selvforståelse, det vil si av deres historisk konstruerte antakelser og fortolkninger av dem selv og omgivelsene.<sup>15</sup>

De siste tiårene har forskningen på organisasjoner og ledelse styrket forståelsen for hva slags infrastruktur som er nødvendig for at organisasjoner skal være motstandsdyktige gjennom kriser.<sup>16</sup> Kriser kan også føre til at man lener seg på forforståelser og stimulerer kognitiv rigiditet, som igjen reduserer innovativ tenking og kreativitet.<sup>17</sup> Organisasjonsforskere har blant annet sett på flyndustrien, drift av atomkraftverk og romfart, organisering av flyktningleirer og helsepersonell i krigssoner for å finne praksiser som har overføringsverdi til andre typer organisasjoner med lavere risikonivå i arbeidshverdagen.<sup>18</sup> Et viktig funn i denne forskningen er at det kontinuerlige arbeidet som ansatte og ledelse driver med rundt «sensemaking», er avgjørende.<sup>19</sup> Det viser seg nemlig at organisasjoner som lykkes med å navigere høy risiko, gjennomgående besitter høy grad av (selv)bevissthet eller det som også kalles «processes of mindfulness».<sup>20</sup> Organisasjoner hvor ansatte og ledere i fellesskap evner å forstå og sette ord på det de driver med

---

15 Tsoukas & Source 2002: 578.

16 Bundy mfl. 2017; Pearson & Clair 1998.

17 Veil 2011.

18 de la Chaux mfl. 2018; de Rond & Lok 2016; Perrow 2011; Starbuck & Farjoun 2005; Weick & Roberts 1993.

19 Bundy mfl. 2017; Bygdås mfl. 2019; Hällgren mfl. 2018; Maynard mfl. 2018; Weick mfl. 1999: 61; Williams mfl. 2017.

20 Langer 1989; Weick mfl. 199: 38.

i arbeidshverdagen, opparbeider seg et mer mangfoldig repertoar av begreper, strategier og planer som de kan dra veksler på når de må handle i krise.<sup>21</sup> De ansatte får en «lisence to think» og kan yte motstand mot forenklete fortolkninger av hva som skjer rundt dem.<sup>22</sup> Deres evne til å tilpasse seg og endre sine forståelser styrker koordineringen og gir mer effektiv kommunikasjon i organisasjonen.<sup>23</sup> Bevissthet rundt egne arbeidsprosesser skaper også et ønske blant ansatte om selv å utvikle og sikre motstandsdyktighet i organisasjonen, det vil si å ta inn over seg og bruke mulighetene som kommer med endring.

## Total nedstenging og et uforløst (digitalt) mulighetsrom

«Det er akkurat som den hovedscenen [...] spiser deg litt opp, altså den maskinen det er, og når den plutselig er stengt, så åpner det for et annen mulighetsrom», sier Ingrid Lorentzen i en digital salongsamtale strømmet fra Nationaltheatret 27. mai 2020.<sup>24</sup> Lorentzen er ballettsjef ved Den Norske Opera & Ballett, og hun forteller om den reisende scenen Operaen satte opp da regjeringen påla kunst- og kulturinstitusjoner å stenge dørene i midten av mars samme år. Ifølge Lorentzen var et slikt oppsøkende format noe Operaen lenge hadde ønsket å prøve, men ikke hadde kunnet prioritere foran den normale driften. Ballettsjefens uttalelse peker på hvordan nedstengningen frembrakte en (tvungen) anledning til å utforske nye måter å fremføre og formidle kunst på. For organisasjoner skaper uforutsette situasjoner som

---

21 Weick mfl. 1999: 35.

22 Westrum 1993: 404.

23 Majchrzak mfl. 2007.

24 Tema for salongen var «Scenekunstens vilkår under koronakrisen», og i panelet satt Lorentzen sammen med teatersjef ved Nationaltheatret Hanne Tømta, journalist og teaterkritiker Per Christian Selmer-Anderssen og freelance-regissør og scenekunstner Mine Nilay Yalcin.



covid-19-pandemien også nye mulighetsrom, der det Cohen med flere kaller «choice opportunity», og det Kingdon referer til som «open policy window», gjør seg gjeldende.<sup>25</sup> Hvordan skal man best møte de utfordringene man plutselig befinner seg i? Slike mulighetsrom er komplekse og kontekstavhengige, og det vil ofte være uenighet mellom aktører i de ulike organisasjonene om hvordan man bør handle, og ut fra hvilke hensyn. Gitt begrensningene som ble lagt på alt fysisk samvær i forbindelse med nedstengningen, og at samfunnet mer eller mindre kollektivt ble kastet inn i digitale rom for samhandling og kommunikasjon, så kunne man kanskje forvente at aktører innenfor kunst- og kulturfeltet kreativt ville utforske det digitale mulighetsrommet som nå åpnet seg. Med noen unntak benyttet imidlertid norske kunst- og kulturinstitusjoner seg stort sett av relativt tradisjonelle digitale formater i formidlingen av sitt kunstneriske virke i pandemiens tidlige fase.<sup>26</sup>

En viktig grunn til at det ble vanskelig for mange kunst- og kulturinstitusjoner å utforske det digitale mulighetsrommet som åpnet seg, ser ut til å handle om økonomi. For en rekke institusjoner var den umiddelbare responsen på pandemien å permittere et varierende antall ansatte. Nationalt teatrets teatersjef Hanne Tømta sa under den strømmede salongsamtalen at det å permittere skuespillerne ikke var en «drømmesituasjon», men at det var den eneste måten de kunne

---

25 Cohen mfl. 1972; Kingdon 1993.

26 Hålogaland teater, Haugesund teater og Den Norske Opera delte, publiserte og viste opptak av og klipp fra gamle forestillinger på egne nettsider og/eller sosiale medier. Munchmuseet og KODE Bergen la ut filmede omvisninger av eksisterende samlinger og utstillinger på Facebook, mens mindre scener som Nieu Scene og Det Andre Teatret var raskt ute med å sende forestillinger direkte på Facebook og Instagram. Av andre mindre aktører satte Norsk billedhoggforening opp to nettutstillinger med virtuelle visninger av 3D-skannede kunstverk, og fotograf Marta Anna Løvberg lagde sin egen fotoutstilling i et nettbasert 3D-galleri. Kilden teater og konserthus' forestilling *Culpa! i unntakstilstand*, regissert av Mine Nilay Yalcin, stod tidlig frem som en av de mer nyskapende digitale oppsetningene våren 2020. Stykket skulle egentlig være en levende gateforestilling for ungdom, men ble isteden filmet med 360-kamera og direkte sendt til skoleklasser via YouTube. Denne forestillingen må imidlertid sies å være et unntak. Se også Perez og Brun, dette volum.

unngå ekstremt økonomisk underskudd på. KODE Bergen permitterte de fleste av sine ansatte med varsel om at museet trolig ville gå konkurs med mindre de fikk økonomisk hjelp fra staten.<sup>27</sup> Flere ledere, også de vi snakket med ved DNT og HOK, fremhevet hvordan den økonomiske situasjonen hang sammen med det økte kravet om egeninntjening som hadde preget kulturpolitikken de foregående årene.<sup>28</sup> Offentlige kunst- og kulturinstitusjoner hadde på grunn av dette blitt mer sårbare for tapte egeninntekter. Flere private institusjoner opplevde på sin side at de ikke kvalifiserte til de offentlige støtteordningene i den første fasen av pandemien, fordi de hadde for lav prosentandel offentlig finansiering.<sup>29</sup> For HOK har dette for eksempel ført til at det har blitt startet et arbeid med å søke om mer offentlig støtte i fremtiden: «Det er satt i gang ganske mye jobb politisk for å få en økt offentlig finansiering hos oss», fortalte HOKs økonomidirektør.

Permitteringene ble møtt med kritikk fra ansatte og deres fagforeninger. De vektla både arbeidsrettigheter og at de gikk glipp av muligheten til å konsentrere seg om andre kjerneoppgaver som ikke var direkte knyttet til formidling (som katalogisering av samlinger og oppgradering av bygningsmasse). Den mest interessante kritikken i denne sammenhengen knytter seg til en opplevelse hos ansatte og tilitsvalgte av at de (og institusjonene som sådan) ble frarøvet muligheten til å tenke nytt – særlig med tanke på digitalt innhold i formidlingen av og om kunst. I en kronikk publisert i Aftenposten kritiserte eksempelvis skuespillerne Trine Wiggen, Ola G. Furuseth og Geir Kvamme Nationalteatret for å permittere skuespillerne *før* teateret hadde utarbeidet strategier for hvordan det skulle møte krisen. Skuespillerne ønsket å komme med nyskapende ideer og medvirke i omstillingsprosessen.<sup>30</sup>

---

27 Svendsen mfl. 2020.

28 Larsen 2018: 53.

29 HOKs økonomidirektør beskrev i intervju hvordan de med en egenfinansiering på 50–55 prosent ikke kom inn under støtteordningene for museer som gikk til dem med en offentlig finansierungsgrad på 60 prosent eller mer.

30 Wiggen mfl. 2020.

Tillitsvalgt skuespiller ved Nationaltheatret Kim Haugen sa til Aftenposten: «Nå er vi en utrolig motivert gjeng som kan få til mye. Men vi føler at koronaen har sperret oss inne i et lydtett rom.»<sup>31</sup> Permitterte ansatte innen formidling og kommunikasjon ved Teknisk Museum kom med tilsvarende kritikk. Tillitsvalgt Endre Fodstad fortalte at «museet trenger å utvikle [sin] digitale formidling. Om ansatte hadde fått i oppdrag å jobbe med det, kunne vi fått fart på utviklingen». Monika Sjue, leder for Norsk Tjenestemannslag (NTL) Museer, sa noe av det samme til Museumsnytt: «Her kunne ledelsen i museene bruke sine ansattes kreativitet og finne andre/nye måter å formidle museene på.»<sup>32</sup> Våren 2020 var slik preget av debatter og nyhetsoppslag i sosiale og tradisjonelle medier om de ulike institusjonenes praksiser rundt permittering av ansatte, og hvordan disse praksisene hadde betydning for om de klarte eller ikke klarte å skape nytt digitalt innhold.

Både hos DNT og HOK er den første tiden etter nedstengningen preget av stor usikkerhet – særlig økonomisk. HOKs økonomidirektør beskriver det å håndtere denne situasjonen som å styre i blinde:

vi er stengt med fjorten dagers horisont, og alle tiltakene er på fjorten dagers basis, som betyr at vi ikke har noen plan og ikke har sjanse til å levere noen plan ... ikke til publikum ... ikke til de ansatte ... ikke til noen ... ikke til styret. Økonomien. Vi vet ingenting. Det er jo kanskje det som er vanskeligst. At vi med troverdighet skal videreformidle til de ansatte at vi ikke vet en dritt ... men har full kontroll?

Til tross for at både DNT og HOK innledningsvis permitterte ansatte, så klarte begge institusjoner i løpet av pandemiens første år å få til prosjekter som ble oppfattet som nyskapende. De klarte altså å utnytte – eller å skape – et digitalt mulighetsrom. Vi vil nå gå nærmere inn på de to institusjonenes håndtering av pandemien, og hvordan prosessene

---

31 Schwencke 2020.

32 Håkonsen 2020.

med nyinitierte digitale prosjekter utfoldet seg der. Deretter vil vi diskutere fellestrekk ved institusjonene som muliggjorde prosjektene, hvilke utfordringer institusjonene møtte på, hvilke praksis- og prosessendringer som krevdes, og hvordan erfaringer fra denne prosessen kan bidra til organisatorisk læring og mer varige, strukturelle endringer i organisasjonene.

## Delvis gjenåpning, hjemmekontor og forsøk på normalisering

Ledelsen i HOK valgte å sitte rolig i båten de første ukene av pandemien for å skaffe seg oversikt over situasjonen. Med en bevissthet om at de kanskje ville bli nødt til å holde stengt til over sommeren, gikk de etter påske til permitteringer av noen grupper ansatte, i hovedsak de som jobbet med salg (butikk, billettsalg og utleie av lokaler og møterom), publikumskontakt og arrangementer. Da det kort tid etter ble klart at museer ikke ble regnet som kulturarrangement og HOK dermed ikke kom inn under de offentlige støtteordningene, åpnet de dørene igjen – og de permitterte kom tilbake. De ansatte ved DNT ble permittert i slutten av mars, men fikk beskjed i månedsskiftet april/mai 2020 om at målet var at alle ansatte skulle være tilbake over sommeren. Ikke lenge etter tok ledelsen, med styret i ryggen, en beslutning om at permitteringer skulle avsluttes allerede før sommerferien, og videre at det ikke ville komme nye runder med permitteringer. Denne høsten kom også kompensasjonsordningene på plass, noe som ga en mer forutsigbar økonomisk situasjon for teatret og økt trygghet mot nye permitteringer.

Selv om de ansatte ved DNT og HOK måtte forholde seg til høy grad av økonomisk usikkerhet gjennom den første fasen av pandemien, tok ledelsen ved begge institusjonene valg som tyder på at de ansattes arbeidshverdag og -trygghet trumfet økonomiske hensyn. Samtidig kan beslutningen om å kalle folk tilbake fra permitteringer også knyttes til et mer prinsipielt – og muligens eksistensielt – spørsmål som dukket

opp med pandemien og den påfølgende nedstengningen: Hva og hvem er de som institusjon dersom de ikke driver med den primære aktiviteten, den aktiviteten som definerer dem som institusjoner – henholdsvis å stille ut moderne kunst og å spille teater i fysiske lokaler? Når HOK valgte å holde (og bringe tilbake) ansatte i arbeid og gjenåpne museet, så bidro det til en normalisering av institusjonens drift og dermed til en opprettholdelse av deres identitet som formidlere av og om kunst.

For DNTs ledelse var beslutningen om å avslutte permitteringen eksplisitt knyttet til en ambisjon om at teatret skulle fortsette å bygge kjernevirksomhet – nemlig å produsere og fremføre teater – selv om de måtte holde stengt. Planen for teatrets håndtering av pandemien, som ble vedtatt på et styremøte i slutten av april, fikk navnet «Teater trass alt», inspirert av tittelen på Alfred Fidjestøls bok om teatrets historie. DNT så dette som et slags slagord som gjenspeilte kjernen ved deres identitet. Alle skulle komme tilbake på jobb, og teatret ville prøve å drive «som normalt». Det innebar å avholde prøver og fremføre forestillinger – selv om de ikke hadde mulighet til å ha publikum i salen. Tanken var på den ene siden at dette ville holde hjulene i gang og sørge for forutsigbarhet i arbeidshverdagen til de ansatte. På den andre siden var ledelsen opptatt av at de ville være klare for å holde fysiske forestillinger med publikum til stede så fort endringer i smitteverntiltakene tillot gjenåpning: «[D]et er jo noe vi fortsetter å kommunisere nå, altså i det øyeblikket det er lov så – *på det klokkeslettet* det er lov å spille teater – så kommer vi til å gjøre det. Om det så bare er for én person», sier teatersjefen.

I intervjuene vi gjorde med dem, uttrykker DNTs tillitsvalgte at de satte pris på at ledelsen tok de ansatte inn igjen og at teatret satte i gang med normale aktiviteter, slik at folk kunne komme på jobb. Samtidig hadde mange også motforestillinger. Var det forsvarlig, rent smittevernmessig, slik teknikernes tillitsvalgte formulerer det, «å få folk til å komme på jobb fordi de ikke kan ha hjemmekontor – når de egentlig ikke behøver å komme på jobb fordi det er ikke noe å gjøre – forestillingen de skulle spille er jo avlyst». Det var også reaksjoner

på at innspill fra avdelingsledere om at de burde benytte tiden de var nedstengt, til å ta igjen etterslep på vedlikehold og annet arbeid, ikke ble tatt til følge.

Den tillitsvalgte for skuespillerne mente det var bra at teateret fortsatte å produsere forestillinger. «Men, det med å spille forestillinger og ha premierer for tomme hus – det er ikke noe som holder i lengden, altså. Det er lite holdbart.» Selv om de ansatte støttet ambisjonen om å fortsette å lage og spille teater, opplevde de at fraværet av publikum gikk ut over motivasjonen: «Hovedproblemet her er at vi ikke kan ha publikum i salen, og teatret er jo enig i at det er nødvendig og viktig å ha publikum i salen.» For at man virkelig skulle hatt en opplevelse av normal drift, måtte man spilt for et publikum. Det at det skjer her og nå, og at noe står på spill, er helt sentrale element ved teateret som kunstform. Hvis noe skulle skjære seg i produksjonen under en forestilling uten tilskuere, ville de ansatte reagere med et «ja, ja, det er jo ingen som ser på». Men, som de tillitsvalgte påpekte, hvis det skjer noe i en oppsetning med publikum til stede, «*da* er det jo krise – vi stopper jo ikke, går det gærent, så fikser vi det – det er utgangspunktet vårt. [...] Det er noe med det at det står noen på scenen, det er noe på spill – og det mister du jo.»

For begge institusjonene står altså relasjonen til *publikum* sentralt – både økonomisk og i forståelsen av hvem de er. Ledelsen i både DNT og HOK knytter eksplisitt igangsettelsen av digitale initiativer den første tiden etter nedstengningen til ivaretagelsen av relasjonen til publikum. «Vi er jo veldig, normalt sett, opptatt av publikum – men helt fra første mars så har vi hatt et veldig sterkt fokus på publikum også med å informere – gi dem et forutsigbart tilbud», sier DNTs kommunikasjonsdirektør, mens kommunikasjonsdirektøren i HOK forteller at en viktig drivkraft nettopp var å «vise at vi ikke stopper opp selv om vi stenger dørene våre. Og at i en tid hvor alt lukkes ned – å kunne fortsette å formidle kunst».

## DNT – fra «å gi publikum noe» til å skape noe nytt

Umiddelbart etter nedstengning gikk DNT inn i det de beskriver som «fase én» av sin koronarespons. Teateret snudde seg raskt rundt og lette frem opptak av forestillinger og annet arkivmateriale som så ble lansert ukentlig på Facebook og teatrets nettsider. Teatersjefen beskriver hvordan de i begynnelsen hadde tro på at ting skulle normalisere seg relativt raskt. Innenfor en slik tidshorisont ble det ukentlige digitale tilbudet en måte å gi publikum «noe» på mens de ventet på at ting skulle gå over og de kunne gå tilbake til vanlig drift. Utover våren innså DNT at heller ikke høsten kom til å bli normal, og ledergruppa begynte diskusjonen om et digitalt tilbud også utover høsten, og hvordan de skulle få til det på en måte som ivaretok «det å være teater», som direktøren sa. Her ser vi tydelig hvordan endring av praksis (utvikling av et digitalt tilbud) forstås som et ledd i en strategi for å *oppretholde* organisasjonen som seg selv – altså *som teater*.

Diskusjonen førte til en beslutning om en fase to: å gjennomføre oppføringen av *Bienes historie* med premieredato 5. september som planlagt, men som en direktestrømmet forestilling fremført på teatrets hovedscene. For å kunne gjennomføre dette var de avhengige av å hente inn eksternt kompetanse på kameraproduksjon og direkteoverføring av lyd og bilde i høy kvalitet, også med publikum i salen. Det måtte også utarbeides en digital plattform for selve strømmingen, og etableres en digital betalingsløsning. Dette ble koblet på et igangsatt arbeid med relansering av teatrets nettsider, som fikk nytt design allerede i april. Her hadde de ønsket å «utforske potensialet for å ta oss betalt for digitalt innhold – men ikke forestillinger – men typ program og annet bakgrunnsstoff. Da fikk vi jo et lite spark med denne koronaen i og med at vi fikk på plass en strømeplattform», forteller kommunikasjonsdirektøren.

Direktøren forteller at «vi tok den beslutningen, og vi visste omtrent hvordan det skulle gå og hvordan vi skulle få det til – men vi var sånn sett usikre på omtrent hvordan vi skulle få det til. Det er det ene, vi har

våget å bare sette oss et mål og si 'dette gjør vi', så finner vi ut underveis hvordan vi gjør det». For ledelsen gjenspeilet denne holdningen et DNT som gjennom hele sin historie har vært et djervt og frempå teater som har turt å gå sine egne veier. Samtidig var DNTs ledelse klare på at de gikk ambivalent inn i prosjektet, ettersom de var omforent om at teater som kunstform er definert av at skuespillere og publikum er i samme fysiske rom på samme tid, og at den dermed rent prinsipielt ikke kan være digitalt formidlet. Som teatersjefen sa: «Du kan sikkert gjøre det digitalt – og det kan sikkert være gøy – men det er noe annet.» Selv om de var kritiske til å digitalisere teater, ble de likevel motivert av å forsøke å være best på det. «Den kvaliteten du kan oppnå, den ønsker vi å levere. [...] Vi ville være de som var med på å definere dette her i et digitalt rom», sa direktøren.

## HOK – digital kunstplattform på to uker

Hos HOK gikk prosessen fra nedstengning til digital nyvinning enda raskere enn ved DNT. Samme dag som nedstengningen skjedde, hadde kommunikasjonsdirektøren et møte med to eksterne firmaer som var engasjert for å bistå med design og programmering av museets nye nettsider, «og da husker jeg at jeg sa til dem, at 'nå blir det kjempeviktig hvordan vi jobber med digital formidling, nå må vi tenke helt nytt rundt det. Så nå kommer jeg til å kaste meg rundt for å få det til å skje'». Da de eksterne aktørene tilbød seg å bidra uten å ta betalt, ble det starten på en intens prosess med utveksling og utvikling av ideer om hva man nå kunne gjøre.

Kommunikasjonsdirektøren hadde i et par ukers tid fulgt med på hva som ble gjort på de amerikanske kunst- og kulturinstitusjonene som allerede hadde stengt dørene, blant annet The Metropolitan Opera i New York som hadde ukentlige, og gratis tilgjengelige, sendinger med opptak av tidligere operaoppsetninger. Hun fulgte også med på en del andre kunststeder «som la ut mer eksperimentelle kunst-ting på



nettet». Som en slags test la HOK noen dager etter nedstengningen ut på Facebook-siden sin en halvtimes film de hadde laget som del av en omfattende promotering av en pågående Picasso-utstilling. Filmen fikk god respons og god spredning, men folk så stort sett bare de første minuttene av filmen. Museet hadde tidligere opplevd at plattformer som Facebook og Instagram fjernet materiale de hadde lagt ut, og opplevde dette som svært problematisk.<sup>33</sup> Begge disse erfaringene bidro til beslutningen om «at det var viktig å bygge en egen kanal og prøve å tenke kvalitet, og hvordan vi kan få til kvalitet rundt det å se og oppleve kunst», forteller kommunikasjonsdirektøren. To uker etter nedstengningen lanserte HOK «Art Channel», en nettside hvor museet viste og reaktualiserte videoklipp av konserter og performancer fra eget arkiv. Mye av dette materialet hadde aldri blitt vist tidligere. Utover høsten begynte HOK også å produsere nytt og eget innhold, og å hente inn nytt kunstnerisk materiale som kunne vises på kanalen.

DNT var opptatt av å direktestrømme *Bienes historie* fordi det innebar en samtidighet som brakte oppsetningen nærmere «det som er teater». Tilsvarende var det kunstneriske materialet som ble vist på Art Channel, kun tilgjengelig i et begrenset tidsrom, én til to uker – ikke ulikt hvordan en fysisk utstilling eller arrangement er avgrenset i tid og rom. Slik kan Art Channel forstås som et slags virtuelt visningsrom hvor man fikk en kunstopplevelse som kommer nærmere «det som er museum». Det at HOK fikk til å kaste seg rundt og få opp kanalen såpass raskt, knytter kommunikasjonsdirektøren til at «vi er ganske omstillingsdyktige – vi er vant til å jobbe med prosjekt. Alt vi gjør er å jobbe med prosjekt, så det er en naturlig arbeidsform for oss. Og vi er også vant til at ingenting egentlig er helt likt – et hvert prosjekt er forskjellig. [...] vi hadde ikke fått det til hvis ikke staben var så gode på å finne løsninger». På samme måte som hos DNT knytter HOK det at de fikk til å tenke og gjennomføre noe nytt i en krevende tid, til et grunnleggende aspekt ved

---

33 En animert snutt om museets Picasso-utstilling ble blant annet stoppet «fordi brystvortene til Picasso det ... det ble for mye», forteller kommunikasjonsdirektøren.

organisasjonen – at det å håndtere det nye og uvante er «noe vi gjør» til vanlig, og at dette gir rom for improvisasjon.

DNTs ambivalens knyttet til digitalisering av egen kjernevirksomhet finner vi også hos HOK, om ikke like eksplisitt. Økonomidirektøren beskriver hvordan de opplever et krav og en forventning om å tilgjengeliggjøre kunstneriske uttrykk digitalt, men samtidig at det kan være vanskelig å skape gode kunstopplevelser på den måten: «Den roen som oppstår i et museum, og enten ro eller uro som oppstår i en konsertsal ... den, den er viktig for å plassere deg der du er. For at du skal være til stede i det du er til stede i.» Han beskriver hvordan det er veldig stor forskjell mellom det å kunne være til stede i kunsten og det å være «innom». Eller som formidlingslederen sier det: «Jeg skjønner at vi kommer til å være i denne situasjonen lenger, men egentlig så håper jeg jo at man skal få komme og oppleve kunsten.»

## Ledelsen og kommunikasjonsavdelingen som drivere

I begge organisasjoner ser vi at initiativet til de digitale nyvinningene i hovedsak kom fra ansatte i kommunikasjonsavdelingen, og kanskje særlig fra avdelingenes ledere. I gruppeintervjuet med DNTs ledelse virket lederne godt omforente, og de refererte gjentatte ganger til «diskusjoner i ledergruppa» som ledet frem til spesifikke ideer og beslutninger. Ledelsen og styret var enige om at den digitale oppsetningen av *Bienes historie* var noe de ville bruke tid og krefter på, og de allokerte derfor de nødvendige økonomiske ressursene til prosjektet. De ansatte ved DNT opplevde at beslutningen om strømming kom ovenfra, uten at de ble tatt med på råd i særlig grad. Ifølge én av de tillitsvalgte var det ingen i organisasjonen som omfavnet strømmingen med stor jubel, det ble sett på mer som en nødvendighet der de ansatte bidro for å holde organisasjonen gående. Ledergruppa på sin side opplevde at teatret *som fellesskap* sluttet opp om strømmeprojektet, men knyttet dette

til at strømming kun representerte en liten del av aktiviteten og ikke var det primære man satset på i denne perioden.

HOKs kommunikasjonsdirektør forteller også om god dialog og korte beslutningslinjer, om hvordan hun raskt fikk klarsignal fra museumsdirektøren til å gå videre da ideen om å lage en egen digital formidlingsplattform kom. Kommunikasjonsdirektøren fikk tillit og myndighet til å finne en løsning som hun hadde tro på at ville fungere. Hun hadde også styring over et eget budsjett hvor hun fritt kunne omdisponere midler de ikke fikk brukt på markedsføring av utstillinger, til utarbeiding av den nye plattformen: «Det tror jeg var helt avgjørende – at jeg veldig raskt fikk fra [museumsdirektøren] ‘ja, dette må vi få til’, og at jeg da hadde frihet og rom til å sette andre i gang.» Også hos HOK kom dermed beslutningen om å satse på Art Channel-prosjektet ovenfra, uten noe særlig involvering av de ansatte. Ved begge institusjonene var det altså avgjørende at ledelsen ga kommunikasjonsavdelingen handlingsrom i form av mandat og ressurser for at prosjektene skulle kunne gjennomføres.

I likhet med hvordan *Bienes historie* kun var én del av det DNT jobbet med i denne perioden, var Art Channel-prosjektet noe som i alle fall innledningsvis kun involverte en liten gruppe av HOKs ansatte. Kommunikasjonsdirektøren beskriver hvordan Art Channel vendte om på rollene til kunsthøgskolen og kommunikasjon i organisasjonen. Vanligvis var de kunsthøgskolens ansatte pådrivere for utstillinger, før ansatte på kommunikasjon og marked ble hentet inn: «Mens nå var det vi som var på ballen og kjørte veldig raskt på. Så måtte vi hente dem og si ‘nå trenger vi dere’», forteller hun. Den måten avdelingene jobbet sammen på i arbeidet med den nye digitale kanalen, var ikke noe de hadde gjort tidligere. Formidlingslederen på HOK bemerket hvordan det å få til digital innovasjon krever både en annerledes prioritering, og en annerledes fagkunnskap, enn den de har i staben til vanlig. Eksempelvis var kommunikasjonsdirektøren tilbakeholden til den eksterne samarbeidspartnerens forslag om «bruke omviserne våre til å lage omvisninger og streamer det live», fordi deres kompetanse primært var knyttet til «det å stå i et rom og holde direkte kontakt med publikum». De kunne derfor ikke være sikre på at kvaliteten

i en slik krevende livesending ville bli bra nok dersom man «kaste[t] dem ut i et helt nytt medieuttrykk uten å gi dem ordentlig trening».

Det handlingsrommet som ble gitt til kommunikasjonsavdelingene, ble ikke nødvendigvis gitt i like stor grad til andre aktører i de to organisasjonene. Ved DNT fikk ikke de teknisk ansatte gehør for ønsket om å bruke tid og krefter på å ta igjen etterslep av arbeid og vedlikehold – kanskje fordi dette arbeidet ikke fremsto som like fremoverlent som «teater trass alt»? HOKs formidlingsleder, som ikke var involvert i Art Channel («det har vært marked og kommunikasjon sin deal»), opplever at det tidligere ikke har «vært så mye rom for å tenke nytt». Hun forteller at hun har hatt ideer og ønsker om å tenke nytt rundt digital formidling, men at hun hverken før eller under pandemien har hatt budsjetter til å gjennomføre dette.

De tillitsvalgte ved DNT syntes det var spennende å utforske grensene for hva som er og kan være teater, men fortalte at noe av det de savnet både hos egen ledelse og hos andre, var «evnen til å finne nye måter å spille teater på som er lovlig innenfor det regelverket som har vært». De knyttet særlig dette til fjortendagershorisonten teatret hele tiden måtte forholde seg til, hvor de ikke visste om smitteverntiltak ble opprettholdt eller endret, eller om de kunne åpne igjen og dermed spille «som vanlig». De argumenterte for at man nok hadde sett en annen vilje til å skape alternative rom dersom de hadde fått beskjed om at de måtte holde stengt over lengre tid. Den usikre tidshorisonten gjorde at viljen og motivasjonen til å utforske nye rom måtte være sterk. Det var vanskelig når de gikk i konstant uro og undring rundt når de kunne åpne for publikum igjen. Rommet for innovasjon kan altså sies å være ulikt distribuert internt i organisasjonene, og rommet for kollektiv *sensemaking* ble av ulike økonomiske og strukturelle årsaker reservert for deler av organisasjonen.

## Digitalt merarbeid og praksisendring

De nye digitale løsningene som ble lansert i de to organisasjonene, førte til merarbeid og behov for nye arbeidsmåter for ulike faggrupper,

noe som fikk konsekvenser for både faglighet og profesjonsutøvelse. I den første perioden etter nedstengningen, da situasjonen fremdeles var uavklart for mange ansatte, fikk kommunikasjonsavdelingen ved HOK en betraktelig økt arbeidsmengde. Det ble dermed behov for å koble på andre medarbeidere for å klargjøre, overføre til og presentere arkivmateriale på plattformen. Dette arbeidet innebar også å være i dialog med musikere og artister for å få bidrag til kanalen, og med frilansere som kunne produsere lyd og video. Både HOK og DNT forteller at de brukte mer tid på å avklare rettigheter til og vederlag for digital bruk og visning av kunstnerisk materiale enn de pleide å gjøre for «vanlige» visninger og fremføringer. For DNTs sceneteknikere endret strømmeformatet måten de jobbet med kulisser på. De måtte legge ned mer arbeid i detaljene når kulisserne ikke skulle «sees på fire til tjue meters avstand», men bli «betraktet på centimeters avstand» gjennom direktestrømmingens høyoppløselige filmbilder. Skuespillerne opplevde også at den digitale formidlingen endret deres tilstedeværelse på scenen, ettersom de var usikre på *når* i løpet av en direktestrømming de faktisk ble filmet. De følte dermed at de mistet noe av kontrollen, og uttrykte ønske om å få vite mer om de tekniske delene av prosessen. Med referanse til Kingdom ser vi hvordan mulighetsrom er ulikt distribuert i en organisasjon, og at dette er definerende for hvilke interesser det tas hensyn til i ulike kontekster og til ulike tider.<sup>34</sup>

I arbeidet med direktestrømmingen var DNTs kommunikasjonsavdeling, i tråd med teatrets visjon og mandat, opptatt av å rekruttere publikumsgrupper som skoler, eldresentre og kulturhus i distriktene, altså grupper som ikke alltid har mulighet til å komme seg til teatrets fysiske forestillinger. Teateret fikk gode besøkstall når de klarte å engasjere disse gruppene, men måtte jobbe intensivt for å nå frem til dem. Kommunikasjonsavdelingen måtte i større grad enn de var vant med, insistere på at de hadde noe bra å selge. For ansatte med publikumsansvar ble direktestrømmingen også en ny måte å kommunisere med

---

34 Kingdom 1993.

publikum på. De ansatte fikk flere oppgaver som i større grad handlet om teknisk støtte enn om ren informasjonsutveksling med publikum, og de måtte samtidig håndtere flere tilbakemeldinger fra publikum enn før, alt via digitale flater.

HOKs kommunikasjonsdirektør beskriver en utfordrende og uoversiktlig arbeidshverdag i Art Channel-prosjektet. Det var knyttet usikkerhet til plattformens lanseringstidspunkt, hvordan de best kunne holde de involverte informert, og hvordan de kunne holde oversikt over oppgavene som skulle gjøres, og hvor mye arbeid de ansatte la ned. Det å jobbe med noe nytt er krevende og skaper ekstraarbeid, fordi man mangler referanserammer og erfaringsgrunnlag for å vurdere, prioritere og beslutte hva man skal og bør gjøre når og hvordan. Merarbeid vil være naturlig i digitale innovasjons- og transformasjonsprosesser, ettersom det å bevege seg uforberedt inn i nye organisatoriske landskap krever at man brøyter vei og går opp nye stier. Motstandsdyktige organisasjoner har allerede tilrettelagt for slike stier, gjennom en ledelse som åpner for improvisasjon, og gjennom at ansatte i fellesskap har utviklet en evne til å forstå og sette ord på det de driver med i arbeidshverdagen, og slik har opparbeidet seg et mer mangfoldig repertoar for hvordan de kan handle i en krisesituasjon.<sup>35</sup> Kan pandemien gi læring til organisasjonene, slik at de blir mer motstandsdyktige ved neste krise?

## Nye praksiser for intern digital samhandling

Pandemien førte med seg varige endringer i behovet for og bruken av digitale løsninger for samhandling innad i organisasjonene. Å bringe organisasjonen nærmere «den digitale virkeligheten» stod høyt på to-do-listen til økonomidirektøren på HOK allerede før museet måtte stenge ned i mars 2020. HOK var ifølge økonomidirektøren svært

---

35 Weick mfl. 1999; Bigley & Roberts 2001.

dårlig tilpasset til en arbeidshverdag som i så stor grad ble preget av digital samhandling. Interessant nok nevner ikke de andre vi intervjuer ved museet, noe om manglende systemer for digital samhandling, noe som tyder på at de kanskje ikke har opplevd situasjonen like dramatisk som økonomidirektøren. For organisasjonen ble uansett den digitale læringskurven bratt gjennom det første året med koronanedstenginger og smittevernbegrensinger. Museet «har rett og slett gjort et kvantesprang i forhold til å få opp løsninger», mener økonomidirektøren. Slik kan man si at pandemiens inntog skapte en krisesituasjon som satte forgang i en intern digitaliseringsprosess (som kanskje uansett ville blitt gjennomført). Digitaliseringsprosessen presset seg frem som en nødvendighet for at museet skulle kunne gjennomføre de oppgavene det var satt til å gjøre.

Nyere forskning på rollen til intern krisekommunikasjon viser til de negative effektene av å ignorere de ansatte gjennom en krise,<sup>36</sup> og de positive effektene ved å aktivt involvere og engasjere ansatte.<sup>37</sup> Etter nedstengningen ble samarbeidsplattformen Teams et viktig verktøy i hverdagen for alle i DNT. De kommunikasjonsansattes tillitsvalgte opplevde at det i organisasjonen som helhet «har vært en markant økning i digital kunnskap, som har vært deilig – folk har blitt flinkere til å finne informasjon selv og kommunisere». De opplevde også at folk var blitt flinkere til å snakke sammen på tvers av avdelingene, og at de ble vant til å ha regelmessige digitale møter.

De ansatte opplevde at kommunikasjonen med ledelsen endret seg etter nedstengningen. Tidligere kunne den være nokså hierarkisk, og de opplevde at det kunne gå lang tid fra de stilte et spørsmål til de fikk svar. Med nedstenging innførte ledelsen felles videomøter to ganger i uka, noe som de ansatte syntes ga raskere informasjonsflyt. Ledelsen startet også «kveldsbrevet», en oppdatering fra teatersjefen og administrasjonsdirektøren sendt på e-post til hele organisasjonen en til to

---

36 Mazzei & Ravazzani 2015.

37 Mazzei mfl. 2012.

dager i uka. Både ansatte og ledergruppa beskriver i intervjuer at de opplever at avstanden mellom dem ble mindre, og at terskelen for å ta kontakt, luften utfordringer og innvendinger ble lavere.

Der hvor det tidligere tidvis hadde vært harde fronter mellom ledelsen og skuespillerne, blant annet i forhandlinger om lønn og arbeidsvilkår, opplevde de tillitsvalgte at disse frontene myknet opp i løpet av koronaperioden. Dette kan knyttes til deres opplevelse av å bli forent av et felles mål, men også til endringer i måten tillitsvalgte og ledelse kommuniserte internt etter nedstenging. Mens det tidligere kun ble avholdt møter når det var noe spesielt som skulle diskuteres, eller om det var en konflikt de måtte løse opp i, avholdt man nå faste møter med de tillitsvalgte og ledelsen hver fjortende dag. Den hyppige kommunikasjonen med ledelse og på tvers av avdelingene var noe de ansatte håpet ville fortsette også når de gikk tilbake til normal drift. Nedstengningen og nødvendigheten av å samhandle gjennom digitale kanaler førte altså med seg en endring av praksiser for intern kommunikasjon som gjennomgående i organisasjonen oppfattes som positiv, og som vil kunne videreføres i en post-pandemisk arbeidshverdag.

## Fra endring til innovasjon og digital transformasjon?

Dersom noe skal kunne regnes som en reell innovasjon, kreves det ikke kun at man gjør noe nytt, men at det nye tas i bruk og innlemmes i virksomheten permanent. For å kunne vurdere om HOKs Art Channel og DNTs strømming av *Bienes historie* i praksis kan regnes som digitale innovasjoner, må vi altså se på om disse satsingene kun ble et blaff, eller om de nye tilnærmingene til digital teknologi satte varige spor i organisasjonenes praksiser.

I tiden etter lanseringen fortsatte HOK å videreutvikle Art Channel, og museet begynte også å produsere nytt innhold. Ettersom arkivet i stor grad bestod av filmede konserter, ønsket de «å vise at Henie



Onstad ikke bare er musikk», som kommunikasjonsdirektøren sier. Eksempelvis hyrte de inn en freelancer som gjorde videoopptak av museumsdirektøren og fotokuratoren som presenterte en ny fototriennale museet nylig hadde åpnet. Da sommeren kom og samfunnet i større grad åpnet, gikk kanalens seertall ned, før de tok seg litt opp igjen da museet sparket høstsesongen i gang og lanserte sine nye nettsider. Art Channel er nå videreført som en integrert del av museets nye nettsider. Kommunikasjonsdirektøren fortalte at HOK har opprettet en egen redaksjon bestående av ansatte fra både kommunikasjon og kunstfag, som skal sørge for at kanalen varer over tid og «kan være noe mer enn det den var under den første nedstengningen». Den organisatoriske læringen fra pandemiperioden førte slik til en organisasjonsendring, som potensielt kan gi styrket motstandskraft ved nye kriser.

DNT gjennomførte flere strømmeforestillinger av *Bienes historie* høsten 2020. På teatrets nettside ligger utvalgte sitater fra publikum som så en senere digital produksjon, *Vildanden*: «Slike tilbud om direktestrømming er gull verd for oss som bur i distrikta» og «det må ha vore rart å ikkje ha publikum til stades, men nerven, det finstemte spelet og nærværet kom fram til oss i ... Takk!». <sup>38</sup> Teateret har utviklet en betalingsløsning som ligger på nettsidene, sammen med digitale program med tekst, video og foto. Dersom forestillingen er lagt til rette for det, kan publikum kjøpe strømmebilletter. Selv om strømmeprosjektene ikke lenger dominerer etter hvert som DNT har fått lov til å spille «vanlige» forestillinger igjen, har de en beredskap klar dersom det skulle komme nye nedstengninger. På nettsidene ligger det instruksjoner om hvordan man går frem for å se en strømmeforestilling, med en innledende kommentar som fremhever direktestrømmingens samtidighet. Den har «alle spenningsmoment som høyrrer augeblikkets kunst til», men er allikevel noe *annet*. <sup>39</sup> Som tilskuer kan man gjennom direktestrømming ta del i teateropplevelsen på en ny måte, selv om «[t]eater og konsert på skjerm

---

38 Det Norske Teatret, u.å.b.

39 Det Norske Teatret, u.å.a.

[aldri kan] erstatte møtet mellom sal og scene». Her gjenspeiles den oppfatningen både DNTs ledere og ansatte har uttrykt til oss i intervjuer, nemlig at teater aldri kan bli helt digitalt, og at kunst må oppleves personlig gjennom fysiske møter mellom publikum og kunstnere.

Selv om kommunikasjonsansatte i DNT var enige i at strømming ikke er et fullverdig alternativ til teater som spilles på scenen og foran et publikum, viste de i intervjuer et sterkt engasjement for å bruke energi, oppmerksomhet og ressurser på å videreføre og videreutvikle et slikt alternativt tilbud «ikke bare nødvendigvis for Norge, men også for Skandinavia». I hvilken grad de har fått langsiktig handlingsrom til dette, vil være interessant å forfølge fremover. I våre intervjuer kommer det klart til uttrykk at strømmeprojektet og ambivalensen knyttet til ideen om et «digitalt teater» har satt i gang flere tanker og prinsipielle diskusjoner internt i organisasjonen.<sup>40</sup> Det dreier seg om hva slags estetikk som preger en strømmet forestilling, om slike digitale løsninger bidrar til å endre teateret som kunstform, om teater i fremtiden vil operere med ulike moduser, både fysisk tilstedeværelse og digital formidling, og hva man da kunne fått til. Denne utforskningen av selve teaterformatet er kanskje noe av det DNT tar med seg fra arbeidet med strømmeprojektet.

## Oppsummerende refleksjoner

Kritikken mot permitteringer og mangel på nytenkning i den første fasen av koronapandemien i Norge kan sies å gjenspeile det faktum at kunst- og kulturinstitusjoner må balansere og triangulere flere ulike hensyn samtidig i sin virksomhet: De skal levere på et samfunnsoppdrag som handler om å produsere og formidle kunstnerisk innhold; de skal sørge for at organisasjonen holder seg gående økonomisk; og de skal ivareta sine arbeidstakere på det som er en arbeidsplass for

---

40 Se også Lid, denne boken.

mange ulike faggrupper og -interesser. Motsetninger og balanse mellom disse tre aspektene ble forsterket og forskjøvet da koronaviruset førte til at kunst- og kulturinstitusjoner måtte stenge dørene i mars 2020. Bundy med flere viser i sin gjennomgang av litteraturen på kriser i organisasjoner at det er mangel på kunnskap rundt hvordan organisasjoner bør strukturere og koordinere arbeidet for å styrke kriseledelsen.<sup>41</sup> Nedstengningen og fravær av publikum gjorde at en stor del av institusjonenes inntektsgrunnlag forsvant, samtidig som de fikk begrensete muligheter til å samle de ansatte (fysisk) for å produsere og formidle kunst. Med stor uforutsigbarhet for den umiddelbare fremtiden og lønn som en av de store utgiftspostene ble den umiddelbare «panikk-løsningen» å permittere ansatte. Kritikken om at dette spente bein under muligheten for å tenke nytt og spenstig innenfor de rammene man nå måtte forholde seg til, peker mot at institusjonene i denne første fasen i liten grad var i stand til å utnytte det mulighetsrommet som oppstod for formidling av og om kunst på nye måter. Man kan dermed si at det i stor grad var snakk om et *uforløst* (digitalt) handlingsrom både kunstnerisk, kreativt og formidlingsmessig, der de ansatte i en kritisk periode ble fratatt sin «license to think».

Ved både HOK og DNT sto kommunikasjonsavdelingen i bresjen for gjennomføringen av de digitale initiativene. Det at de (muligens) fikk et større handlingsrom enn tidligere, skyldes trolig at deres kompetanse på digital formidling var høyere enn i andre deler av organisasjonene. Det kan også tenkes at deres oppdrag som tilretteleggere av formidling gjorde dem bedre i stand til å tenke nytt. Her ser vi hvordan krise og unntakstilstand kan føre til et skifte internt i organisasjoner i hvilke kompetanser, funksjoner og ansattgrupper som har innflytelse, ressurstilgang og status – det foregår med andre ord en slags *maktforskyvning* når kommunikasjonsavdelingene og eksterne innleide teknikere får større spillerom.

---

41 Lin mlf. 2006; Bundy mfl. 2017: 1672.

De to organisasjonenes evne til å legge til rette for utforskende diskusjoner på tvers internt, også gjennom digitale samhandlingskanaler, det vi kaller digital *sensemaking* eller digitalt idéarbeid, styrker muligheten for å teste ut og skape noe nytt innenfor institusjonenes rammer. Samtidig er det verdt å påpeke at de nye digitale initiativene i begge organisasjoner raskt ble koblet på allerede igangsatte samarbeidinger av institusjonenes nettsider. *Art Channel* og strømmingen av *Bienes historie* kan slik forstås som en del av eller en videreutvikling av allerede pågående idéarbeid i organisasjonene. Ifølge Kingdon vil nettopp det at ideer eller forslag har vært utviklet i forkant, bidra til at nye løsninger kan få gjennomslag når muligheten byr seg.<sup>42</sup> Dette ser vi stemmer godt med situasjonen ved både HOK og DNT.

Vi har sett på hvordan ledelsen i de to organisasjonene førte an i krise og usikkerhet, men også hvordan noen miljøer internt, som ansatte i kommunikasjonsavdelingene, drev prosessen og fikk et handlingsrom som andre ikke fikk på samme måte. I videre undersøkelser av innovasjonspraksiser i norske kunst- og kulturinstitusjoner kan maktperspektiver med fordel anvendes for å belyse andre sider ved innovasjonsprosessene enn det vi har gjort i denne artikkelen. Her tenker vi spesielt på hvordan det at noen grupper får mer innflytelse enn andre, i større grad kan bidra til utfordring, utforskning og nyskapning, men da på bestemte premisser, og på en slik måte at andre ikke opplever samme handlingsrom.

Vi har diskutert hvordan institusjoners innovasjonsprosjekter bringer med seg merarbeid og praksis- og systemendringer som potensielt kan føre til mer varig digital transformasjon i organisasjonene. I møte med og opplevelsen av ambivalens er det nettopp den interne kommunikasjonen, diskusjoner og samtaler rundt det man holder på med, og den kollektive forståelsen og bevisstheten som utvikles i møte med det uforutsette, som kan skape rom for organisatorisk læring. Det plutselige behovet for en utstrakt digital kompetanse, som på mange måter står i motsats til forståelsen av at organisasjonenes kjernevirksomhet

---

42 Kingdon 1993.

grunnleggende sett *ikke kan digitaliseres*, åpner for at organisasjonene kan utfordre, utforske og diskutere grensene og mulighetene for det de driver med. Spørsmål om hva teater er, eller hvordan kunsten kan og skal formidles, har vært en integrert del av diskusjonene rundt teknologiske valg og digitale nyvinninger ved DNT og HOK. Slik skapes mening kollektivt, gjennom uenighet, brytning og konkrete erfaringer med ulike teknologiske verktøy og digitale løsninger. Mening skapes samtidig gjennom ansattes og ledelsens forsøk på å forstå og sette ord på det som skjer i og rundt organisasjonen – når kriser plutselig endrer betingelsene for det de (frem til da) har oppfattet og kanskje også tatt for gitt som sin kunstneriske kjernevirksomhet.

## Litteratur- og kildeliste

- Anderson, C.W., Bell, E. & Shirky, C. (2012). *Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. Report*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. <https://doi.org/10.7916/D8N01JS7>
- Bigley, G.A. & Roberts, K.H. (2001). The incident command system: High-reliability organizing for complex and volatile task environments. *Academy of Management Journal*, 44(6), 1281–1299. <https://doi.org/10.5465/3069401>
- Bundy, J., Pfarrer, M.D., Short, C.E. & Coombs, W.T. (2017). Crises and crisis management: Integration, interpretation, and research development. *Journal of Management*, 43(6), 1661–1692. <https://doi.org/10.1177/0149206316680030>
- Bygdås, A., Clegg, S. & Hagen, A.L. (red.) (2019). *Media management and Digital transformation*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429490187>
- Carlsen, A., Clegg, S. & Gjersvik, R. (red.) (2012). *Idea Work*. Cappelen Damm Akademisk.
- Clegg, S., Hagen, A.L. & Bygdås, A. (2019). Introduction: Why is innovation needed in organizational media managing? I A. Bygdås, S. Clegg &

- A.L. Hagen (red.), *Media management and Digital transformation* (s. 1–14). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429490187>
- Cohen, M.J., March, J.G. & Olsen, J.P. (1972). A Garbage Can Model of Organizational Choice. *Administrative Science Quarterly*, 17(1), 1–25. <https://doi.org/10.2307/2392088>
- de La Chaux, M., Haugh, H. & Greenwood, R. (2018). Organizing refugee camps: «Respected space» and «listening posts». *Academy of Management Discoveries*, 4(2), 155–179. <https://doi.org/10.5465/amd.2017.0040>
- de Rond, M. & Lok, J. (2016). Some things can never be unseen: The role of context in psychological injury at war. *Academy of Management Journal*, 59(6), 1965–1993. <https://doi.org/10.5465/amj.2015.0681>
- Det Norske Teatret (u.å. a). *Ofte stilte spørsmål direktestryming*. <https://www.detnorsketeatret.no/notisar/ofte-stilte-sporsmal-direktestroyming>
- Det Norske Teatret (u.å. b). *Publikum om direktestryming av Villanda*. <https://www.detnorsketeatret.no/bakgrunnsartiklar/publikum-om-direktestroyming-av-villanda>
- Hällgren, M., Rouleau, L. & De Rond, M. (2018). A matter of life or death: How extreme context research matters for management and organization studies. *Academy of Management Annals*, 12(1), 111–153. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0017>
- Håkonsen, K.D. (2020, 27. mars). Nesten halvparten av de ansatte ved Teknisk Museum er permittert: – Det er tariffstridig, mener NTL. *Fri Fagbevegelse*. <https://frifagbevegelse.no/ntlmagasinet/nesten-halvparten-av-de-ansatte-ved-teknisk-museum-er-permittert--det-er-tariffstridig--mener-ntl-6.158.691227.2ac86fe3bc>
- Kingdon, J.W. (1993). How do issues get on public policy agendas? I W.J. Wilson (red.), *Sociology and the Public Agenda* (s. 40–50). SAGE Publications. <https://dx.doi.org/10.4135/9781483325484.n3>
- Kozinets, R.V. (2010). *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. Sage. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs067>
- Langer, E.J. (1989). Minding matters: The consequences of mindlessness–mindfulness. I L. Berkowitz (red.), *Advances in Experimental Social*

- Psychology* (s. 137–173). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60307-X](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60307-X)
- Larsen, H. (2018). Kultur, politikk og kvalitet: Offentlig debatt om kulturpolitikk. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 2(4), 42–58. <https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2018-04-03>
- Lin, Z., Zhao, X., Ismail, K. & Carley, K.M. (2006). Organizational design and restructuring in response to crises: Lessons from computational modeling and real-world cases. *Organization Science*, 17(5), 598–618. <https://doi.org/10.1287/orsc.1060.0210>
- Majchrzak, A., Jarvenpaa, S.L. & Hollingshead, A.B. (2007). Coordinating expertise among emergent groups desponding to disasters. *Organization Science*, 18(1), 147–161. <https://doi.org/10.1287/orsc.1060.0228>
- Maynard, M.T., Kennedy, D.M. & Resick, C.J. (2018). Teamwork in extreme environments: lessons, challenges, and opportunities. *Journal of Organizational Behavior*, 39(6), 695–700. <https://doi.org/10.1002/job.2302>
- Mazzei, A. & Ravazzani, S. (2015). Internal crisis communication strategies to protect trust relationships: A study of Italian companies. *International Journal of Business Communication*, 52(3), 319–337. <https://doi.org/10.1177/2329488414525447>
- Mazzei, A., Kim, J. & Dell'Oro, C. (2012). Strategic value of employee relationships and communicative actions: Overcoming corporate crisis with quality internal communication. *International Journal of Strategic Communication*, 6(1), 31–44. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2011.634869>
- Pearson, C.M. & Clair, J.A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, 23(1), 59–76. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.192960>
- Perrow, C. (2011). *Normal accidents: Living with High Risk Technologies – Updated edition*. Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400828494>
- Schwencke, M. (2020, 7. april). Raja får skylden for at teater ikke når ut til publikum under krisen. Skuespillerne er frustrerte. *Aftenposten*. <https://>

[www.aftenposten.no/kultur/i/BRKrq9/raja-faar-skylden-for-at-teater-ikke-naar-ut-til-publikum-under-krisen](http://www.aftenposten.no/kultur/i/BRKrq9/raja-faar-skylden-for-at-teater-ikke-naar-ut-til-publikum-under-krisen)

- Starbuck, W.H. & Farjoun, M. (2005). *Organization at the limit: Lessons from the Columbia disaster*. Blackwell Publishing. <https://doi.org/10.5465/amp.2007.27895347>
- Svendsen, R.H., Baisotti, V., Moe, T.M. & Mossing, J.B. (2020, 19. mai). Kode på konkursens rand: – Vi har ikke penger til å betale regningene våre. *NRK*. [https://www.nrk.no/vestland/krise-for-kunstmuseene-i-bergen\\_-\\_konkurs-naert-forestaende-1.15022454](https://www.nrk.no/vestland/krise-for-kunstmuseene-i-bergen_-_konkurs-naert-forestaende-1.15022454)
- Tsoukas, T. & Source, R.C. (2002). On organizational becoming: Rethinking organizational change. *Organization Science*, 13(5), 567–582 <https://doi.org/10.1287/orsc.13.5.567.7810>
- Weick, K.E. (1990). The vulnerable system: An analysis of the Tenerife air disaster. *Journal of Management*, 16, 571–593. <https://doi.org/10.1177/014920639001600304>
- Weick, K.E. & Roberts, K.H. (1993). Collective Mind in Organizations: He Interrelating on Flight Decks. *Administrative Science Quarterly*, 38(3), 357–381. <https://doi.org/10.2307/2393372>
- Weick, K.E., Sutcliffe, K.M. & Obstfeld, D. (1999). Organizing for high reliability: Processes of collective mindfulness. I B.M. Staw & R.I. Sutton (red.), *Research in Organizational Behavior* (s. 81–123). JAI Press.
- Westrum, R. (1993). Cultures with Requisite Imagination. I J.A. Wise, V.D. Hopkin & P. Stager (red.), *Verification and Validation of Complex Systems: Human Factors Issues* (s. 401–416). NATO ASI Series, vol. 110. Springer.
- Wiggen, T., Furuseth, O.G. & Kvarme G. (2020, 16. april). Det blir feil å permittere kunstnerne. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/meninger/debatt/i/OnyAJM/det-bli-feil-aa-permittere-kunstnerne-wiggen-furuseth-og-kvarme>
- Williams, T.A., Gruber, D.A., Sutcliffe, K.M., Shepherd, D.A. & Zhao, E.Y. (2017). Organizational Response to Adversity: Fusing Crisis Management and Resilience Research Streams. *Academy of Management Annals*, 11(2), 733–769. <https://doi.org/10.5465/annals.2015.0134>



# Mulighet og risiko. Digital kulturpolitikk for barn og unge

Ole Marius Hylland og Bård Kleppe

Den norske kulturpolitikken har gjennom mer enn femti år inkludert målrettede satsinger på barn og unge. I tråd med endringer i både samfunnet, forståelsen av barn og unge, bruken av kunst og kultur, og kunstneres estetiske praksiser, har også kulturpolitikken gjennomgått endringer. Senest i april 2021 presenterte Kulturdepartementet en ny stortingsmelding om barne- og ungdomskultur.<sup>1</sup> Ved lanseringen uttalte daværende kulturminister Abid Raja følgende om forholdet mellom den digitale kulturelle virkeligheten og kulturpolitikken på barne- og ungdomsfeltet: «Vi må oppdatere oss, vi må oppdatere verkemidlene våre!»<sup>2</sup> Uttalelsen var basert på den ferske stortingsmeldingen, der det sto: «Det er behov for oppdaterte verkemiddel som kommuniserer på premissene til barn og unge, i form av ny teknologi til å forløse potensialet unge har innad kunst og kultur.»<sup>3</sup>

1 Meld. St. 18 (2020–2021).

2 Kulturdepartementet 2021.

3 Meld. St. 18 (2020–2021): 48.

Det Raja kalte en oppdatering av virkemidler, handler om å videreutvikle verktøykassen for det man kan kalle en *digital kulturpolitikk*.<sup>4</sup> Kulturpolitikk handler om systematisk finansiering, organisering, regulering og legitimering av kulturproduksjon.<sup>5</sup> Det handler om å nå visse kulturpolitiske mål, og om å løfte bestemte deler av kunsten og kulturen gjennom å støtte eller regulere, eller gjennom å kompensere for såkalt markedssvikt. Digital kulturpolitikk forstår vi her som den delen av kulturpolitikken som eksplisitt forholder seg til produksjon, distribusjon og bruk av digitale kulturuttrykk. Svært mange kunst- og kulturuttrykk i dag er i realiteten digitale. Innenfor musikken, for eksempel, representerer både innspilling, formidling og avspilling i stor grad heldigitale prosesser. Men også en «analog» kunstform som litteraturen baserer seg i stor grad på digitale produksjonsteknikker – et fåtall forfattere skriver for hånd eller på skrivemaskin. Derfor er det nødvendig med en avgrensning av begrepet. Vi forstår digital kulturpolitikk som den delen av kulturpolitikken som retter seg mot nye kulturelle uttrykksformer – og en ny type kulturbruk – som forutsetter digitale medier, som er skjermbaserte, og som ofte er multimediale.

Den digitale kulturpolitikken bestemmes samtidig av noe mer enn at objektene for politikken skapes, spres og brukes i digital form. Når kulturpolitikken retter oppmerksomheten mot digitale kulturuttrykk spesielt og digital mediering av kultur generelt, får den også et preg av å være medie-, kommunikasjons- og teknologipolitikk. Digital kulturpolitikk karakteriseres av en form for konvergens mellom disse forskjellige politikkområdene, og av det kulturforskerne Jonathan Roberge og Philippe Chantepie beskriver som «entanglement between digital technologies, culture, media, and public policy-making».<sup>6</sup> Som vi skal se i denne artikkelen, er den digitale kulturpolitikken også preget av en balansegang mellom et søkelys på mulighet og et søkelys på risiko eller bekymring.

---

4 Se Hylland 2020.

5 Mangset & Hylland 2017.

6 Roberge & Chantepie 2017: 295–296. Se også Valtysson 2020.

Denne artikkelen handler om utviklingen av en digital kulturpolitikk for barn og unge, og den retter særlig blikket mot dataspillpolitikken. For å illustrere og understreke kompleksiteten i den digitale kulturpolitikken vil vi også se på hvordan politikken forholder seg til ulike sosiale medier, og spesielt til den bruken av ulike kulturuttrykk som foregår på YouTube. Barn og unges digitale kulturbruk favner bredt. Den inkluderer for eksempel strømming av musikk, strømming av filmer og serier, kulturelle uttrykk i sosiale medier, digitale kulturuttrykk i Den kulturelle skolesekken, e-bøker, digital formidling i museene. I sin helhet vil en digital kulturpolitikk for barn og unge derfor måtte forholde seg til flere kulturuttrykk og formidlingskanaler enn dataspill og YouTube. Dataspill og YouTube skiller seg riktignok ut i tidsbruk, og fordi de langt på vei representerer en type heldigitale kulturuttrykk. Vi vil derfor konsentrere oss om denne delen av den digitale kulturpolitikken.

De overordnede spørsmålene i artikkelen er disse: Hvilken utvikling kan vi se i de holdninger til barn og unges digitale kulturbruk som kommer til uttrykk i kulturpolitikken generelt og dataspillpolitikken spesielt? Hvordan kan den digitale kulturpolitikken utvikles fremover for å nå de overordnede kulturpolitiske målene på dette feltet?

## Bakgrunn: digital og plattformbasert kultur

Dataspill er et heldigitalt kulturuttrykk som er svært viktig i hverdagen til barn og unge. Ifølge Medietilsynet spiller de aller fleste 9–18-åringene en eller annen form for dataspill daglig, og blant gutter er andelen 96 prosent.<sup>7</sup> Dataspill er en voksende kultur- og eksportnæring, og utgjør en av de største delene av norsk kultureksport målt i inntekter.<sup>8</sup> Gaming er i økende grad vurdert som en konkurranseidrett, med

---

7 Medietilsynet 2020: 92.

8 Virke produsentforeningen u.å. Om man sammenligner tallene i denne rapporten med tall fra rapporten *Kunst i tall 2018*, ser man at det faktisk var den største kultureksporten dette året (Sjøvold mfl. 2019).

eliteutøvere, profesjonelle lag og store mesterskap. Aktiviteten er dermed blitt både en tilskueraktivitet og en deltageraktivitet. Samtidig har dataspill fått status som en støtteverdig kulturform med egne kulturpolitiske strategier og stortingsmeldinger, og dataspill blir i stigende grad sett på som et verktøy for læring og utdanning, i både kultursektoren og undervisningssektoren.<sup>9</sup>

YouTube er et eksempel på en plattform og formidlingskanal som det av flere grunner er nødvendig for kulturpolitikken for barn og unge å forholde seg til: For et ungt publikum er denne plattformen blant de viktigste kildene til underholdning, informasjon og kulturuttrykk av svært ulik karakter.<sup>10</sup> Ni av ti 9–18-åringer bruker YouTube daglig.<sup>11</sup> Samtidig er plattformen et sosialt medium, en kanal for kreativitet, et sted for salg og kommersiell virksomhet, et sted for opplæring og instruksjon, et oppslagsverk med mer.

Både våre egne og andre studier viser at kultur- og mediebruken blant ungdom i dag i stor grad foregår på skjermer og via digitale plattformer. I artikkelen «En digitalt utvidet kulturstatistikk» viser vi hvordan mellom nitti og hundre prosent av alle niendeklassingene i vår undersøkelse bruker plattformene YouTube, Snapchat og Instagram daglig, mens bruken av TikTok ligger rett bak.<sup>12</sup> Sosiale medier og dataspill dominerer også tidsbruken deres, sammen med lytting til strømmet musikk. Smarttelefonen er den klart viktigste enheten for kultur- og mediebruk i denne aldersgruppen. Resultatene bekrefter og utdyper tendenser fra sammenlignbare undersøkelser.<sup>13</sup>

En stadig større del av kulturbruken i dag foregår via store digitale plattformer. Begrepet «plattform» er derfor viktig for å forstå den

---

9 Se f.eks. Stengrundet 2017; Fagervik 2019; Steinbråten 2019. Et talende eksempel på integreringen av dataspill og undervisning er at det i 2020 ble publisert en egen lærebok i spillpedagogikk, rettet mot studenter i lærerutdanningen, se Skaug mfl. 2020.

10 Pires mfl. 2019, Folkvord mfl. 2019, Tolbert & Drogos 2019.

11 Medietilsynet 2020: 23.

12 Hylland & Kleppe 2022.

13 Se f.eks. Medietilsynet 2020.

digitale kulturen, og det har stor relevans for den digitale kulturpolitikken. Kort sagt er plattformer her å forstå som type digitale infrastrukturer som legger til rette for kontakt mellom produsenter og brukere av kulturuttrykk, og som slik bidrar til nye måter å formidle kunst og kultur på. Ifølge José van Dijck, Thomas Poell og Martijn de Waal er plattformer leverandører av programvare, maskinvare og tjenester som tilpasser og omgjør sosial aktivitet til en digital struktur, som van Dijck tidligere har beskrevet som en «computational architecture».<sup>14</sup> Men plattformer er mer enn en teknisk leverandør av innhold. Plattformer utgjør en infrastruktur for sosial interaksjon og en stadig mer betydningsfull infrastruktur for kulturbruk. Den økende innflytelsen til og betydningen av plattformene har blitt omtalt som plattformisering og innebærer «the reorganisation of cultural practices and imaginations around platforms».<sup>15</sup> Kulturpolitikens verktøykasse, som blant annet handler om produksjonsstøtte, aktiv distribusjon av kulturuttrykk, reguleringer og lovverk, er ikke nødvendigvis tilpasset plattformenes økende betydning. Det betyr for eksempel at mulighetene til å påvirke hva som produseres, hvordan det distribueres, og hvem det distribueres til, samt å legge til rette for kulturbruk, er langt færre. Dette innskrenkede handlingsrommet preger også innretningen på den digitale kulturpolitikken, noe vi kommer tilbake til i avslutningen av artikkelen.

## Utvikling av en kulturpolitikk for barn og unge

Når vi skal beskrive og analysere utviklingen av kulturpolitikken for barn og unge, er det flere typer politiske dokumenter som det er viktig å forholde seg til, ikke minst stortingsmeldinger, budsjett dokumenter og strategier. I disse dokumentene beskrives ideene og målene som ligger til grunn for utviklingen av de kulturpolitiske virkemidlene. Det er

---

14 van Dijck, Poell & Wahl 2018; van Dijck 2013: 29.

15 Poell mfl. 2019: 6.

denne typen dokumenter som utgjør det empiriske grunnlaget for denne artikkelen. De viktigste er de følgende: De to siste kulturmeldingene (fra 2002 og 2018),<sup>16</sup> *Kulturutredningen 2014*,<sup>17</sup> stortingsmeldingen om dataspill fra 2007<sup>18</sup> og Kulturdepartementets dataspillstrategi fra 2019,<sup>19</sup> stortingsmeldinger om bibliotek,<sup>20</sup> om Den kulturelle skolesekken<sup>21</sup> og om filmpolitikk,<sup>22</sup> samt stortingsmeldingen om barne- og ungdomskulturpolitikk fra 2021.<sup>23</sup> For å sette de siste to tiårenes utvikling i en større sammenheng har vi i tillegg valgt å inkludere en kort gjennomgang av relevante elementer fra kulturmeldingene fra 1970- og 1980-tallet.

Vi har lest de kulturpolitiske dokumentene for å se på hvilke ideer og ambisjoner som er knyttet til digitalisering generelt og til digital kultur for barn og unge spesielt. Vi har vært særlig interessert i å se nærmere på de holdninger til digitale kulturuttrykk som kommer til uttrykk i de aktuelle dokumentene. Dette er holdninger som knytter seg til det implisitt eller eksplisitt normative elementet i kulturpolitikken, og som for eksempel kan gi seg utslag i at visse kunstneriske og kulturelle former og praksiser anses å ha høyere verdi enn andre, og derfor prioriteres i utformingen og bruken av kulturpolitiske virkemidler.

I den siste kulturmeldingen, *Kulturens kraft* (2018), kan vi lese følgende om hvorfor barn og unge er viktige når kulturpolitikken skal utformes:

Barn og unge er ei viktig målgruppe, både som publikum og som aktive deltakere, men òg fordi dei kjem til å bli publikum, kulturprodusentar og kunstnarar i framtida. Barn og unge har rett til å delta i kunst- og

---

16 St.meld. nr. 48 (2002–2003) og Meld. St. 8 (2018–2019).

17 NOU 2013: 4.

18 St.meld. nr. 14 (2007–2008).

19 Kulturdepartementet 2019a.

20 St.meld. nr. 23 (2008–2009).

21 St.meld. nr. 8 (2007–2008).

22 St.meld. nr. 22 (2006–2007).

23 Meld. St. 18 (2020–2021).

kulturlivet og skal kunne oppleve og skape kultur på egne premisser. Dei skal få møte det beste kunst- og kulturlivet har å tilby, dei skal ha tilgang til kunst og kultur som dei opplever som relevant, og som kan gi dei grunnleggjande kulturelle referansar, læring og glede.<sup>24</sup>

Kulturmeldingen peker på at målgruppen bør *prioriteres*. Dette innebærer blant annet å møte barn og unge på deres egne arenaer:

Barn og unge er ei målgruppe som bør prioriterast. Kulturlivet må møte dei behova og interessene barn og unge har, og dra veksling på kunnskapane og erfaringane deira for å vere tilgjengeleg og relevant no og i framtida. Kulturlivet kan fremje engasjementet for norsk kultur blant unge ved å gi dei tilbod om kulturelle opplevingar der dei er. Det inneber at kulturfeltet både må løfte fram tematikk som opptek barn og unge, og utfordre dei på ukjend tematikk på ein måte som fangar interessa deira. Det må skapast nye produksjonar retta særleg mot ungdom som målgruppe, og ein må bruke dei kanalane som dei unge føretrekkjer.<sup>25</sup>

Meldingen argumenterer altså i stor grad for at det er barn og unges behov, interesser, erfaringer, kanaler og møtesteder som skal legge premisene for utviklingen av det kulturpolitiske virkemiddelapparatet. Disse argumentene finner vi også igjen i stortingsmeldingen fra 2021 om kulturpolitikk for barn og unge, der barn og unges medvirkning er sterkt vektlagt.<sup>26</sup>

Stortingsmeldingen *Oppleve, skape, dele* (2021) er det foreløpig siste bladet på en mer enn femti år gammel gren av kulturpolitikken. Historisk sett har den politiske interessen for barn og unges kulturbruk handlet like mye om sosialpolitikk som om kulturpolitikk. Slik har

---

24 Meld. St. 8 (2018–2019): 40.

25 Meld. St. 8 (2018–2019): 81.

26 Meld. St. 18 (2020–2021). Her står det for eksempel at det i arbeidet med meldingen har vært spesielt viktig å høre hva barn og unge selv mener.

også skolen blitt en relevant arena for kulturpolitikken, og argumenter fra sosialpolitikken, skolepolitikken og kulturpolitikken har løpt over i hverandre. Et av de aller første offentlige organiserte kulturtilbudene til barn i Norge var barnebibliotek og egne barneavdelinger ved de offentlige bibliotekene. Dette skjedde rundt århundreskiftet 1900, og begrunnelsen var primært av sosialpolitisk karakter. Et av de viktigste argumentene for å opprette barnebibliotek i norske byer var at dette kunne beskytte barna mot «det demoraliserende gateliv».<sup>27</sup> En lignende argumentasjon lå bak opprettelsen av fritids- og ungdomsklubber fra tidlig 1950-tall.<sup>28</sup>

En eksplisitt kulturpolitikk for barn og unge ble først etablert i andre halvdel av 1960-tallet. Det skjedde med en avsetning i Kulturrådet øremerket barne- og ungdomslitteratur.<sup>29</sup> I samme periode vokste det frem en ny forståelse av barns egen kultur og deres rolle som kulturutøvere. Vi ser dette formulert for eksempel i kulturmeldingen fra 1974, *Ny kulturpolitikk*, der det i tråd med 1970-tallets rådende pedagogikk argumenteres for at «[a]lle barn er potensielle skapende kunstnarar».<sup>30</sup> Bevisstheten om og aksepten for barns egne kulturelle interesser har vedvart frem til våre dager og har i nyere tid blitt synlig blant annet gjennom bibliotekenes utlån av dataspill, egne spillkvelder i biblioteker og lignende. Parallelt med dette har likevel deler av den sosialpolitiske argumentasjonen og bekymringen blitt værende. De argumentene som har blitt ført for betydningen av ungdomsavdelinger ved bibliotekene på 2000-tallet, er sammenlignbare med dem som ble ført hundre år tidligere: Det å gi ungdom et sted å være, å henge eller å gjøre lekser, er fremdeles en del av den politiske legitimeringen av disse tilbudene.<sup>31</sup>

---

27 Tveit 2016.

28 Ødegård 2016: 19.

29 Simonsen mfl. 2008: 7.

30 St.meld. nr. 52 (1973–74): 52.

31 Se Tveit 2016.



## Utvikling av en digital kulturpolitikk

Den allmenne digitale kulturpolitikken kan sies å ha utviklet seg stegvis og sedimentært.<sup>32</sup> Nye ideer, begrunnelser og tiltak har blitt innlemmet over tid, ikke som erstatning for de allerede eksisterende, men som et tillegg. De første omtalene av de digitale mulighetene i kulturpolitisk sammenheng på 1970- og 1980-tallet handler særlig om tilgjengeliggjøring av eksisterende innhold, altså knytter de seg opp mot en form for dokumentasjons- og informasjonspolitik. I kulturmeldingen fra 1981, *Kulturpolitikk for 1980-åra*, beskrives muligheten for å «lagre data og kunnskap i eit omfang som før var utenkjeleg, og særleg er det uendelig raskare og enklare å finne fram og sortere informasjon på den måten ein måtte ønskje».<sup>33</sup> Både i kulturmeldingene og i offentlige utredninger fra 1970- og 1980-tallet finner vi et tydelig ønske om å forstå omfanget og effekten av de teknologiske endringene som var i emning. I 1990-åra vil «vanlege hushald bruke teledata», skrives det i en NOU fra 1980, og i kulturmeldingen fra 1981 spås det at den nye teknologien «vil påverke samfunnet og kvardagen til alle i sterk grad».<sup>34</sup>

Poengteringen av mulighetene i den digitale dokumentasjons- og informasjonspolitikken fortsetter inn på 1990-tallet. I denne perioden er de kulturpolitiske dokumentene særlig preget av en ambisjon for utvikling av ABM-sektoren (arkiv, bibliotek og museum) og av ideer for tilgjengeliggjøring og formidling av kulturarv.<sup>35</sup> Samtidig vokser det frem nye kulturpolitiske erkjennelser, blant annet tanken om at de nye digitale mediene også kan være kunstneriske uttrykksmiddel. Her skjer

---

32 Se Dubois 2015 og Henningsen 2015. Enkelte deler av dette delkapitlet er basert på artikkelen «Digital kulturpolitikk. Om en langsom utvikling på et politikkområde» (Hylland 2020), som bygger på en kronologisk nærlesning av sentrale kulturpolitiske dokumenter fra 1970-tallet til 2010-tallet.

33 St.meld. nr. 23 (1981–1982): 32.

34 St.meld. nr. 23 (1981–1982).

35 Jf. Hylland 2020 og særlig St.meld. nr. 22 (1999–2000) og St.meld. nr. 48 (2002–2003).

det blant annet en tydelig endring hos Norsk kulturråd på midten av 1990-tallet. I årsmeldingen for 1996 står det for eksempel at rådet vil «stimulere til at nye digitale medier blir brukt til å formidle kulturstoff på nye måter, og at de blir tatt i bruk som kunstnerisk uttrykksmiddel».<sup>36</sup>

Der 1970- og 1980-tallets kulturpolitiske dokumenter var preget av ambisjoner og nysgjerrighet overfor utviklingen, er de senere tiårenes dokumenter mer preget av en resignert usikkerhet og en erkjennelse av at alle er nødt til å forholde seg til utviklingen.<sup>37</sup> I kulturmeldingen fra 2002, *Kulturpolitikk fram mot 2014*, blir internett forstått som et sentralt medium med potensiell relevans for alle deler av kultursektoren. Den teknologiske og digitale konteksten er nå en helt annen enn ved den foregående kulturmeldingen, *Kultur i tiden* fra 1992. I de ti årene som hadde gått mellom de to meldingene, hadde en rekke viktige digitale nyvinninger sett dagens lys: introduksjonen av en spillkonsoll som PlayStation (1994), allmenn tilgang til internett (1996), mp3-formatet og mp3-spillere (1998), og lanseringen av musikkdelingsplattformen Napster (1999). Et genuint nytt element i den digitale kulturpolitikken kommer med inkluderingen av dataspill i kulturmeldingen i 2002.<sup>38</sup> Dataspill – et heldigitalt kulturprodukt – får slik en viss kulturpolitisk anerkjennelse, selv om meldingen også uttrykker en tradisjonell kulturpolitisk bekymring for den kommersielle kulturindustriens produkter. Når dataspill noen år senere blir gjenstand for en egen stortingsmelding, har riktignok nye og mer positivt ladede begreper blitt knyttet til dette kulturuttrykket: Det er til «glede og underholdning for svært mange mennesker i Norge».<sup>39</sup>

Den norske digitale kulturpolitikken har utviklet seg som en overordnet politikk for dokumentasjon, informasjon, teknologi, tilgjengeliggjøring og demokratisering, underholdning, innovasjon og

---

36 Kulturrådet 1997: 28.

37 Jf. Hylland 2020.

38 St.meld. nr. 48 (2002–2003).

39 St.meld. nr. 14 (2007–2008): 6.

næring. Utviklingen har også vært preget av en rekke mer spesifikke kulturpolitiske diskusjoner, for eksempel knyttet til digitalisering av kulturarven, moms på e-bøker og spørsmålet om digitalt mediemangfold. Slik har stadig flere elementer kommet inn i den digitale kulturpolitikken, og politikkområdet og virkemiddelapparatet har gradvis blitt mer sammensatt. Parallelt med denne utviklingen, og med aksepten og anerkjennelsen av digitale kunst- og kulturuttrykk, løper det ikke desto mindre en tydelig ambivalent, tvisynt tråd. Allerede i kulturmeldingen *Ny kulturpolitikk* fra 1974 beskrives en kulturpolitikk som skal inkludere massemedier i kulturpolitikken. I den forbindelse uttrykkes en bekymring for massemedienes passivisering: «Det skjer [...] ein einvegskommunikasjon som ofte passiviserer mottakarane rundt omkring i landet.»<sup>40</sup> I kulturmeldingen fra 1981, *Kulturpolitikk for 1980-åra*, beskrives de mange mulighetene og endringene som ny datateknologi vil medføre. Samtidig forskutteres en utfordring som på mange måter har blitt aktualisert med de siste årenes tendenser til plattformisering av kulturlivet:

Over telenettet er det mogleg å kople seg til databasar nesten same kor dei ligg i verda. Men samtidig skaper denne utviklinga fare for faktiske informasjonsmonopol hos dei som byggjer opp og forvaltar slike databaser. Store fleirnasjonale selskap vil her sannsynlegvis få ei dominerande rolle, mange med hovudbase i Sambandsstatane.<sup>41</sup>

I en kulturmelding to år senere beskrives «massespreiing av kulturprodukt som ikkje held kvalitative mål» som en utfordring som massemedier og «den elektroniske utviklinga» stiller kulturpolitikken overfor.<sup>42</sup> På en lignende måte formulerer Kulturdepartementet endelig en bekymring i *Kulturpolitikk fram mot 2014* for at internett bidrar til en

---

40 St.meld. nr. 8 (1973–74): 35.

41 St.meld. nr. 23 (1981–1982): 32.

42 St.meld. nr. 27 (1983–84): 12.

globalisering som også kan innebære «ei gjennomgripande kulturell einsretting».<sup>43</sup>

Fra de første formuleringene og forsiktige spådommene i 1970- og 1980-tallets kulturmeldinger og frem til Kulturdepartementets dataspillstrategi fra 2019 ser vi at muligheter og utfordringer ved det digitale løftes frem i samme åndedrag. Samtidig har balansen mellom muligheter og utfordringer endret seg.

## Dataspill i kulturpolitikken

I kulturmeldingen fra 2003 ligger det en nokså radikal erkjennelse av at det er en kulturpolitisk oppgave å sikre gode rammer for produksjon, distribusjon og bruk også av heldigitale kulturprodukter som dataspill: «[D]et er ei offentleg oppgåve å tryggja at det i eit lite land som Noreg er eit tilbod av film og andre audiovisuelle produksjonar som reflekterer vår historie, vår kultur og vårt språk.»<sup>44</sup> Det argumenteres for at barn og unge bør kunne tilbys alternativer til det som finnes på markedet, siden «[d] ataspel som primært vender seg til born og unge, [ofte er] prega av vald og action».<sup>45</sup> Ett av tiltakene som ble lansert i denne meldingen, var en forsøksordning med tilskudd til «prosjektutvikling innanfor nye medium».<sup>46</sup>

Kulturmeldingen fra 2003 anerkjenner at den digitale utviklingen har særlig stor betydning for barn og unge, siden digital mediebruk «inneber [...] at born og ungdom ikkje lenger er avskjerma frå omverda når dei er heime».<sup>47</sup> Det er en tvetydighet i dette poenget. På den ene siden innebærer manglende avskjerming en form for svakere beskyttelse av barndommen. Samtidig, som kulturmeldingen understreker, kan den digitale mediebruken fungere som en forberedelse til et

---

43 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 28.

44 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 149.

45 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 12.

46 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 145.

47 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

voksenliv der den nye teknologien vil spille en mer gjennomgripende rolle enn i dag. Hensynet til digital kompetanse og til mulig vekst på dette området brukes som argument for at *kvalitet* bør være et stikkord:

Utviklinga av digital kompetanse hjå born er viktig mellom anna for å kunne ta del i framtidige utdanningstilbod og for å motverka at nye skiljeliner veks fram. Nye medium og nye medieprodukt, inkludert data-spel, vil truleg vera eit vekstområde i den norske kunnskapsøkonomien. Dette tilseier at kvalitet på dette kulturområdet vert ei viktig rettesnor for politikktutforminga.<sup>48</sup>

Selv om det ikke nevnes eksplisitt i teksten, forholder kulturmeldingen seg til en allmenn bekymring om at skjermbruk er passiviserende. Det anerkjennes likevel at skjermbasert aktivitet ikke *bare* er passivt eller skadelig: «Aktivitatar som å sjå fjernsyn eller spela dataspel kan ikkje berre vurderast som passivt eller skadeleg tidsfordriv. Tvert om er dette aktivitatar som er svært viktige.»<sup>49</sup> Begrunnelsen var at barn gjennom disse mediene blir integrert i sosial samhandling, også på tvers av sosiale og kulturelle skiller, og at de blir fortrolig med et «arsenal av historier, idear og førestellingar».<sup>50</sup>

Signalene i kulturmeldingen fra 2003 ble fulgt opp i en egen stortingsmelding om dataspill fem år senere.<sup>51</sup> *Dataspill* ble i flere medier omtalt som «verdens første stortingsmelding om dataspill» eller med lignende formuleringer.<sup>52</sup> I meldingen argumenteres det for at dataspill skal inngå i kulturpolitikken, fordi det er et behov for å sikre barn og unge tilgang til alternative produksjoner med norsk språk og innhold. I tillegg gir dataspill «arbeids- og utviklingsmuligheter til en rekke

---

48 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

49 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

50 St.meld. nr. 48 (2002–2003): 29.

51 St.meld. nr. 14 (2007–2008).

52 F.eks. i VG (Olsen 2008). Formuleringen stammer trolig fra daværende kulturminister Trond Giske, som presenterte meldingen. Se også Brinch 2008.

yrkesgrupper innen kunst og kultur» og er «til glede og underholdning for svært mange mennesker i Norge». <sup>53</sup> Noen av poengene var forskuttet året før, i stortingsmeldingen *Veiviseren*, som omhandlet norsk filmpolitikk. <sup>54</sup> Her ble dataspill omtalt som «et sentralt kulturuttrykk», og som en viktig del av barn og unges mediehverdag. <sup>55</sup>

Stortingsmeldingen om dataspill er overveiende deskriptiv. Den beskriver det norske og det internasjonale spillmarkedet, veien fra idé til produkt, tall og statistikk om bruk av dataspill, og om dem som spiller. Det signaliseres en viss bevegelse i både den politiske og den generelle oppfatningen av spill og spillere, og det gjøres forsøk på å komme fordommer i møte:

Et tradisjonelt bilde av en spillentusiast er at han/hun er et sosialt isolert individ som sitter foran skjermen hele dagen. Denne forståelsen gjelder ikke i dag. Spillvaner og bruk av spillmediet har endret seg dramatisk. Spill er i økende grad en sosial aktivitet som finner sted både i form av ulike typer sosiale treff og på Internett. <sup>56</sup>

Selv om slike formuleringer åpner for spillingens positive sider, er meldingen likevel preget av et gjennomgående tvisynt perspektiv på dataspill. Blant annet er et eget kapittel med tittelen «Bevisstgjøring» dedikert de mulige problemene ved spilling av dataspill. En dobbelthet ble også formulert av daværende kulturminister Trond Giske på pressekonferansen der stortingsmeldingen ble presentert: «Jeg synes de negative sidene ved spill ofte får alt for stor oppmerksomhet i forhold til de positive. Meldingen er veldig positivt innrettet, men vi må også ta de som blir spillavhengige på alvor og passe på at barn og unge ikke får tak i spill som kan være skadelige for dem.» <sup>57</sup>

---

53 St.meld. nr. 14 (2007–2008): 6.

54 St.meld. nr. 22 (2006–2007).

55 St.meld. nr. 22 (2006–2007): 78.

56 St.meld. nr. 22 (2006–2007): 41.

57 Olsen 2008.

## Bibliotekene som mellomledd

Et nytt virkemiddel som ble introdusert med dataspillmeldingen i 2003, var å la bibliotekene ta en rolle som forvaltere av dataspill. Meldingen varslet en kommende utredning om en mulig innkjøps- og utlånsordning for norske dataspill i regi av folkebibliotekene. Med en slik ordning ville dataspill bli introdusert på en arena som gjennom mer enn hundre år hadde formidlet kultur til barn og unge.<sup>58</sup> Stortingsmeldingen *Bibliotek. Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid* kom i 2008. Her finner vi en optimistisk visjon om de positive konsekvensene av dataspill i bibliotekene: «Utprøving av dataspel i bibliotek er også ein aktivitet som kan gje dei unge nye opplevingar i biblioteket, åleine eller saman med andre.»<sup>59</sup> Og vidare: «Tilbod om dataspel kan vere med på å gjere biblioteka attraktive for nye grupper. Spel er eit sosialt medium, det gjev gode felles kulturopplevingar og er eit kulturuttrykk som alle bør få tilgjenge til.»<sup>60</sup>

Familie- og kulturkomiteens innstilling til bibliotekmeldingen var fullt ut på linje med den positive holdningen til dataspillenes muligheter. Innstillingen inneholdt blant annet en formulering som denne: «Dataspill er i dag en viktig del av barn og unges kultur. Bibliotekene kan bidra til å skape sosiale og trygge rammer rundt dataspill og samtidig gi dette kulturuttrykket en rettmessig plass i lokale aktiviteter.»<sup>61</sup> Selv om det allerede fantes enkelte folkebibliotek som hadde inkludert spillkonsoller og dataspill i tilbudet sitt til barn og unge, ble kulturkomiteens innstilling et vendepunkt for posisjonen til og legitimeringen av dataspill innenfor kulturpolitikken. Da nyheten ble presentert om at dataspill skulle inngå i tilbudet til folkebibliotekene, påpekte komiteens leder May Hansen (SV) blant annet at dataspill på bibliotekene ville bygge

---

58 Se Tveit 2016.

59 St.meld. nr. 23 (2008–2009): 48.

60 St.meld. nr. 23 (2008–2009): 61.

61 Innst. S. nr. 320 (2008–2009): 14.

ned klasseskiller: «Det fins barn i Norge som ikke har råd til å spille dataspill, og som har foreldre som ikke kan kjøpe konsoller. Både det å ha tilgjengelige spill på biblioteket og det å kunne låne hjem er viktig.»<sup>62</sup>

Med bibliotekmeldingen og innstillingen til denne som bakgrunn ble det innført en innkjøpsordning for dataspill for norske folkebibliotek i 2011. Ordningen administreres nå av Norsk filminstitutt, og formålet beskrives slik: «Ordningen gir bibliotekene tilgang til en rekke norske dataspill. Spillene kan benyttes til utlån, eller til spilling i bibliotekets lokaler, som i sin tur skal bidra til å gjøre bibliotekene til en møteplass for barn og unge med spillinteresse, og styrke interessen for norske dataspill.»<sup>63</sup>

Introduksjonen av dataspill på folkebibliotekene er et eksempel på hvordan ny digital kultur blir relatert til og forankret i den etablerte kulturpolitikken redskaper og institusjoner. Når dataspill ble inkludert i bibliotekenes samlinger og i deres samfunnsoppdrag, var det med den samme kulturpolitiske legitimeringen som gjaldt for mer tradisjonelle kulturuttrykk. Spillpolitikken skulle bidra til at det fantes trygge, gode, norske spill på markedet, og spillene skulle demokratiseres gjennom å gjøre dem tilgjengelige for så mange som mulig. Dataspill i bibliotek skulle også fungere som agn for *annen* kultur og lette formidling av denne. Dette er en tradisjonsrik idé i norsk kulturpolitikk som sosiologen Per Mangset har kalt nissen på lasset-metoden.<sup>64</sup> Det som er lettere tilgjengelig, plasseres sammen med det som ikke er like tilgjengelig, men som man ønsker å skape større interesse for.

## Et nytt felt: dataspillpolitikken

Medieviteren Rune Klevjer har undersøkt hvordan dataspill har blitt inkludert i kulturpolitikken i ulike europeiske land, og beskriver Norge

---

62 Siebke, Owe & Grønbech 2009.

63 Norsk filminstitutt 2020.

64 Mangset 1992: 43.



og Frankrike som «early pioneers of dedicated state funding for videogames».<sup>65</sup> Innfallsvinkelen til disse to pionerlandene skilte seg imidlertid fra hverandre, skriver Klevjer. Mens Frankrike la vekt på originalitet og næringspotensial, var Norge opptatt av at dataspillene skulle fortelle gode og viktige (og gjerne også nasjonale) fortellinger. Samtidig mener Klevjer å spore en viss endring i den kulturpolitiske behandlingen av dataspill i Norge i årene frem mot 2008, da artikkelen hans ble publisert. Endringen ble bekreftet ti år senere, høsten 2019, da Kulturdepartementet lanserte *Spillerom. Dataspillstrategi 2020–2022* og slik satte dataspill enda høyere opp på den kulturpolitiske agendaen.<sup>66</sup> Introduksjonen til strategien beskriver en tredelt ambisjon: «Med denne strategien vil regjeringen løfte dataspill som selvstendig kulturuttrykk, kunstform, næring og fritidsaktivitet. Dataspill er et relativt ungt kulturuttrykk, men er like fullt en selvstendig og viktig del av norsk kulturliv.»<sup>67</sup> Dataspill er altså viktig som både kunst, næring og fritidsaktivitet, og i forordet til strategien er det nettopp dette siste punktet Trine Skei Grande, daværende kulturminister og ansvarlig for strategien, fremhever når hun beskriver sitt eget forhold til kulturuttrykket: «Jeg spiller dataspill for å koble av – for å tre ut av denne verdenen og inn i en annen. Et sted som stiller andre krav, hvor jeg kan hente krefter og underholdes.»<sup>68</sup> Statsråden bruker også en ny type kulturpolitisk beskrivelse av denne kulturformen: «Dataspill er kunstuttrykk. De beste dataspillene lar oss se verden med nye øyne. Det kan gi unik innsikt i andres situasjon og det kan lære oss om oss selv.»<sup>69</sup>

Grandes innledning og strategiens ambisjoner signaliserer et skille i dataspillenes posisjon i den digitale kulturpolitikken. Spill blir omtalt som kunst, og de legitimeres på samme måte som kunst tradisjonelt har blitt legitimert: som utfordrende, som kilde til innsikt, som verdifulle

---

65 Klevjer 2008: 79. Også Danmark var tidlig ute på dette området, jf. Balling 2011.

66 Kulturdepartementet 2019a.

67 Kulturdepartementet 2019a: 5.

68 Kulturdepartementet 2019a.

69 Kulturdepartementet 2019a.

uttrykk for kreativitet. Men strategien uttrykker også en prinsipielt viktig anerkjennelse av den kulturpolitiske verdien i digitalfødte kulturuttrykk som sådan. Det potensielt *negative* ved dataspill, som har fått behørig omtale i tidligere kulturpolitiske dokumenter, blir her raskt utkvittert med en henvisning til Medietilsynet: «Medietilsynet har ansvar for å forebygge problemskapende bruk av dataspill gjennom Handlingsplanen mot spilleproblemer. Denne strategien behandler ikke slike spørsmål.»<sup>70</sup>

Dataspillstrategien omtaler fire mål for dataspillpolitikken:

- Et variert tilbud av dataspill av høy kvalitet
- En profesjonell og mangfoldig dataspillbransje
- Gjennomslagskraft for norske dataspill
- En inkluderende og tilgjengelig dataspillkultur<sup>71</sup>

Vi ser at næringsaspektet ved dataspill er et viktig moment i strategien. Samtidig knyttes mange av de etablerte kjerneverdiene i den norske kulturpolitikken også til dataspill: Kvalitet, profesjonalitet, mangfold, inkludering, tilgjengelighet. Kvalitetsbegrepet i strategien favner både det som kalles kulturell verdi, og det som kalles kunstnerisk kvalitet:

Kvalitet i norske dataspill omfatter både kulturell verdi og kunstnerisk kvalitet. Kulturell verdi handler om å skildre og fortolke den kulturen og det samfunnet vi lever i på en måte som engasjerer, underholder og begeistrer. Kunstnerisk kvalitet handler om originale verk som estetisk og fortellermessig er med på å utvikle og fornye dataspilluttrykket og som utfordrer, beriker og gir rom for ettertanke.<sup>72</sup>

---

70 Kulturdepartementet 2019a: 8.

71 Kulturdepartementet 2019a: 10.

72 Kulturdepartementet 2019a: 10.

*Spillerom* er et av de siste kulturpolitiske dokumentene som eksplisitt forholder seg til barn og unges (og voksnes) digitale kultur. Strategien illustrerer hvordan den digitale kulturpolitikken har utviklet seg gjennom nye talemåter og nye legitimeringsøvelser, det vil si gjennom nye måter å beskrive og nye måter å forstå digital kultur på. Den digitale kulturpolitikken for barn og unge består også av forsøk på og forslag til hvordan en bredere kulturpolitisk aksept kan omsettes til kulturpolitisk praksis.

## Dataspill og Den kulturelle skolesekken

Den kulturelle skolesekken (DKS) er og har lenge vært et særlig viktig virkemiddel i den norske kulturpolitikken for barn og unge, og trolig er dette det enkeltstående kulturpolitiske tiltaket som flest barn og unge i Norge kommer i kontakt med.<sup>73</sup> Hvilken plass har digitale og digitaliserte kulturuttrykk og digitale plattformer innenfor denne satsningen?

DKS har siden etableringen i 2002 først og fremst handlet om fysiske, analoge kunstmøter og kunstopplevelser. Det er derfor lite overraskende at digitale kulturuttrykk har hatt en relativt beskjeden rolle innenfor denne ordningen. I stortingsmeldingene *Kulturell skolesekk for framtida* og *Den kulturelle skolesekken* er det for eksempel ingen relevante omtaler av digitale medier, internett, datamaskiner, dataspill eller lignende.<sup>74</sup> I løpet av de siste årene har imidlertid DKS i noe større grad blitt også en digital skolesekk. Et eksempel fra DKS er prosjektet FoNT (Formidlingsformer og ny teknologi), som startet i 2018, og som undersøkte hvordan digital teknologi kan brukes til å skape nye formidlingsmodeller for kunst og kultur.<sup>75</sup> Et annet prosjekt i 2019 undersøkte mulighetene for å inkludere dataspill som kunst- og

---

73 Se Brevik og Christophersen 2013, Bjørnsen 2009.

74 St.meld. nr. 8 (2007–2008) og St.meld. nr. 38 (2002–2003).

75 Se Kulturtanken u.å.

kulturuttrykk. Prosjektet ble fulgt opp med en rapport som ble publisert i januar 2020, *Dataspill som kulturuttrykk i DKS-ordningen*.<sup>76</sup> Et av forslagene i denne rapporten er at man oppretter en prøveordning for en kategori kulturuttrykk i DKS som samles under navnet «spill og interaktive medier», og som inkluderer VR (virtuell virkelighet), AR (utvidet virkelighet) og «egne apper».<sup>77</sup> At pandemien slo inn kort tid etter, i mars 2020, gjorde at digitale kulturproduksjoner, digital litteraturformidling og digitale utstillinger på kort tid ble både svært aktuelle og nødvendig.<sup>78</sup>

Disse forsøkene med en utvidelse av Den kulturelle skolesekken kan gjerne ses som en digital nyorientering. Det apparatet som gjennom nærmere tju år har vært basert på tanken om den unike kvaliteten i fysiske møter mellom barn og profesjonell kunst av høy kvalitet, er i ferd med å åpne et nytt rom i skolesekken. I dette rommet kan det gis plass til det som aktiverer og underholder gjennom interaktivitet basert på digital teknologi. I forbindelse med lanseringen av rapporten om dataspill i DKS uttalte avdelingsdirektør i Kulturtanken June Breivik at det var viktig å ta samtidens kunst- og kulturuttrykk på alvor. Dataspill er en del av dette, sa hun: «Det er kjent for mange at dataspill utgjør en stadig voksende del av barne- og ungdomskulturen. [...] Får mediet en større plass i DKS, vil man kunne reflektere barn og unges hverdag på en enda bedre måte. Dataspill har også et mye større kunstnerisk og kulturelt uttrykk enn det mange tror.»<sup>79</sup> Dette synspunktet var helt i tråd med hovedpoengene i Kulturdepartementets dataspillstrategi og med Trine Skei Grandes personlige innledning til denne.

Både i uttalelsene fra Breivik og i rapporten om dataspill løftes det på den ene siden frem at kulturpolitikken for barn og unge skal støtte kulturuttrykk som er *relevante* for barn og unges hverdag. På den andre

---

76 Kulturtanken 2020b.

77 Kulturtanken 2020b.

78 Se Berge mfl. 2021.

79 Kulturtanken 2020a.

siden uttrykker rapporten en bekymring for kompetansen til å vurdere kvaliteten på produksjoner som skal inn i DKS-systemet: «Kravene til mangfold i ordningen og relevans for målgruppen taler allikevel for at dataspill bør få en plass som et av kunst- og kulturuttrykkene i DKS.»<sup>80</sup> Potensialet til dataspill vurderes som stort: «Dataspill har med sin interaktive form et stort didaktisk potensial og kan brukes til å oppøve barn og unges kritiske bevissthet og kunnskap om for eksempel viktige samfunnsspørsmål, digital kompetanse og dannelse.»<sup>81</sup> Begrepene «dataspill» og «dannelse» plasseres her i samme setning, kanskje for første gang i norsk kulturpolitikk.

## Kulturpolitikk, YouTube og plattformer

I motsetning til den utviklingen vi har sett innenfor dataspillpolitikken, finnes det knapt noen kulturpolitiske refleksjoner over uttrykksformer som livsstilsblogger, plattformer som Snapchat eller kommunikasjonsformer som memer – for å nevne noen vidt forskjellige uttrykkssjangre og infrastrukturer som har vokst frem i det digitale. Kulturpolitikken kan ikke favne alt. Kulturpolitikken funksjon er nettopp å styre utviklingen mot bestemte mål, og å prioritere og løfte verdier, uttrykksformer eller strukturer som samsvarer med de overordnede målene. I en tid der store deler av kulturbruken har blitt digital, og ulike mediale uttrykksformer flyter over hverandre, kan det være enda mer utfordrende å trekke grensene for hva kulturpolitikken skal engasjere seg i. Dette handler på den ene siden om å forstå og sortere i mangfoldet av digitale kommunikasjonsformer, og å se hva som fortjener og trenger kulturpolitiske oppmerksomhet. På den andre siden handler det om å forstå hvordan kulturen og kulturpolitikken i dag – ikke minst på grunn av plattformenes dominerende posisjon – i stadig større grad grenser

---

80 Kulturtanken 2020b: 4.

81 Kulturtanken 2020b: 5.

opp mot andre politikk- og samfunnsområder, blant annet medielovgivning og finanspolitikk. Det er vanskelig å regulere, ansvarliggjøre og skattlegge plattformselskapene. Samtidig gjør den globale rollen til plattformselskapene at en eventuell regulering av dem vil måtte knyttes til en overnasjonal politikk. Et eksempel på dette fra de senere årene er endringen av EUs direktiv for audiovisuelle medietjenester, det såkalte AMT-direktivet.<sup>82</sup> Gjennom EØS-avtalen er dette en del av norsk lov. Den endringen som ble vedtatt av EU i 2018, og som er under implementering i Norge, innebærer at «videodelingsplattformer» (som inkluderer YouTube og Facebook) nå omfattes av direktivet. Det betyr blant annet at de kan pålegges ansvar for det innholdet de formidler, og dermed at de kan reguleres på nye måter. Det gis også mulighet for enkeltland til å fastsette strengere regler.

Utover slik overnasjonal regulering er YouTube, som har en svært sentral rolle i mye av medie- og kulturkonsumet til barn og unge, i liten grad et tema i kulturpolitiske dokumenter i Norge. Ett av svært få steder der YouTube faktisk omtales, er i dataspillstrategien fra Kulturdepartementet fra 2019:

YouTube og strømmetjenesten Twitch er viktige kanaler for kreativ utfoldelse, og på YouTube er dataspill den fjerde største kategorien. Spesielt blant barn og unge er disse plattformene blitt viktige for å konsumere, analysere, diskutere og skape innhold om spill.<sup>83</sup>

Heller ikke i den siste stortingsmeldingen om mediepolitikken, *Mangfold og armlengds avstand – Mediepolitikk for ei ny tid*, er YouTube viet noen særlig omtale. Unntaket er en kort påpekning av at YouTube er klart markedsledende på strømmemarkedet for videoinnhold.

De kulturpolitiske dokumentene vi har undersøkt, diskuterer altså i liten grad hvordan politikken og politikkkutformingene skal forholde

---

82 Regjeringen 2019.

83 Kulturdepartementet 2019a: 16.

seg til eller møte den dominansen og den makten som internasjonale plattformsselskaper har fått også i norsk kulturliv. En rekke offentlige kulturvirksomheter – folkebibliotek, Kulturtanken nasjonalt og regionalt, kulturskoler med flere – bruker riktignok plattformer som YouTube, og mange har etablert egne kanaler. Den kanskje mest vellykkede satsingen på bruken av digitale delingsplattformer blant disse aktørene finner vi i NRK. NRK knytter eksplisitt samfunnsoppdraget sitt til tilstedeværelse på ulike digitale plattformer, og i deres sosiale medier-strategi for perioden 2015–2017 forklares dette slik:

NRKs innhold får ikke verdi før det møter publikum. De siste årene har mediebruken til det norske folk tatt en sterk dreining fra tradisjonelle nettmedier og kringkasting mot de sosiale mediene. Dermed blir sosiale medier nyttige verktøy for å løse samfunnsoppdraget.<sup>84</sup>

NRKs satsing på sosiale medier inkluderer blant annet egne YouTube-kanaler og produksjon av innhold for YouTube. I 2018 etablerte NRK for eksempel 4ETG, som kun arbeider med å produsere innhold for denne plattformen og for NRKs egen nettspiller. Men også andre deler av NRK produserer viktig digitalt innhold for barn og unge: Det var NRK som produserte den mest sette YouTube-videoen i Norge i 2020,<sup>85</sup> Supernytt er ifølge Medietilsynets undersøkelse *Barn og medier 2020* den viktigste kilden til nyheter for barn og unge,<sup>86</sup> og NRKs YouTube-kanal FlippKlipp er ifølge samme undersøkelse den mest fulgte blant 9–10-åringene. I 2020 var også de tre mest populære podkastene i Norge produsert av NRK.

Det finnes samtidig andre eksempler på digitale kulturelle møteplasser for unge som kan og bør inkluderes i en beskrivelse av hvordan en digital kulturpolitikk for denne målgruppen har utviklet seg.

---

84 NRK 2015.

85 Google Norge 2020.

86 Medietilsynet 2020.

Prosjektet Trafo.no, som Kulturrådet initierte allerede i 2000, er et interessant eksempel.<sup>87</sup> Trafo.no var og er et tilbud til kunstnerisk interessert ungdom. Satsingen deler ut stipend, men inkluderer også muligheten til å få feedback på kunst som deles digitalt på prosjektets nettside. Motivasjonen for dette prosjektet ble blant annet beskrevet slik i evalueringen av den første fasen til Trafo.no:

Begrunnelsen for å bruke internett som arena i dette prosjektet er at ungdomskulturen preges i stadig sterkere grad av den nye teknologien og de stadig mer utviklede digitale media [...]. Ifølge forprosjektet «Grøn kultur-linje» representerer internett «løysinga på nokre av dei problemstillingane vi står overfor når det gjeld utvikling av kulturpolitiske verkemiddel overfor ungdom».<sup>88</sup>

Trafo.no fremstår i ettertid som et tidlig og interessant eksempel på å etablere en digital infrastruktur, som også inkluderte elementer av den delingskulturen som en del år senere skulle bli dominert av de internasjonale plattformene. Satsingen er dermed et eksempel på at den digitale kulturpolitikken også i noen (få) tilfeller har vært tidlig ute med å se mulighetene som ligger i digitale løsninger.

## Den resignerte anerkjennelsen: avsluttende punkter

Den digitale kulturpolitikken har gjennom flere tiår utviklet seg som en ambivalent størrelse som har forsøkt å balansere de risikoer og muligheter som knytter seg til digitale kulturuttrykk. Med årene har mulighetene – også de kommersielle mulighetene – fått mer kulturpolitisk oppmerksomhet enn risikoene eller bekymringene. Forståelsen

---

87 Se Borgen 2005.

88 Borgen 2005: 16.



av de digitale kulturuttrykkene og hvordan de digitale plattformene virker, har blitt mer nyansert. Samtidig gjør nye utfordringer knyttet til personvern og konsentrasjon av markedsrett til diskusjoner om risikoer og bekymringer fremdeles er høyst aktuelle. Det avsluttende kapitlet i stortingsmeldingen om barne- og ungdomskulturpolitikk fra 2021 heter nettopp «Den digitale kulturen – muligheter og risikoer» og inneholder blant annet en systematisk gjennomgang av muligheter på den ene siden og risikofaktorer på den andre siden. Det inneholder også en interessant påpekning av hvordan disse to elementene henger sammen: «Det digitale livet til barn og unge er verken berre svart eller kvitt, positivt eller negativt, men ei kompleks blanding. Muligheter og risikofaktorer heng gjerne tett saman, og begge element vil vere til stades samtidig i ulik grad.»<sup>89</sup> Med et begrep om «det digitale livet» beskriver meldingen digital kultur og digitale medier som nokså alt-omfattende og som tett integrert i hverdagslivet.

De elementene av bekymring som har preget den digitale kulturpolitikken for barn og unge siden starten, knytter seg både til de digitale kulturuttrykkene i seg selv og til den konteksten de inngår i. Ikke bare har selve uttrykkene (voldelige og/eller seksualiserte og/eller hyperkommersielle produkter) blitt sett på som problematiske, men disse uttrykkene har i økende grad befunnet seg i en digital verden som også inkluderer andre uønskede elementer (spillavhengighet, mobbing, reklame, overgrep, uønsket nakenhet, *grooming*). Sett fra et slikt perspektiv er den lett dokumenterbare ambivalensen forståelig.

Fordi utfordringene finnes, har trygghet vært et nøkkelord i kulturpolitikken. Medietilsynet ble i 2019 bedt av Kulturdepartementet om å samle kunnskap om «trygg digital oppvekst for barn og unge» i forbindelse med den kommende kulturmeldingen for barn og unge.<sup>90</sup> Kulturdepartementet beskrev da noe av ambisjonen for stortingsmeldingen slik:

---

89 Meld. St. 18 (2020–2021): 165.

90 Kulturdepartementet 2019b.

Eit viktig tema i meldinga blir korleis vi best mogleg kan sikre gode og trygge rammer for barn og unge på den digitale arenaen. Det inkluderer blant anna dei unge sin rolle som produsentar og rammene for ytring og deltaking på digitale plattformer.<sup>91</sup>

Den digitale kulturpolitikken for barn og unge har, som vi har sett, blitt etablert gjennom en gradvis inkludering av utvalgte elementer fra den digitale barne- og ungdomskulturen. Det mest åpenbare eksemplet på denne inkluderingen finner vi i dataspillpolitikken.<sup>92</sup> Både i strategiene og i de politiske målene ser vi en klart endret holdning til dataspill og dataspillere. Selv om bekymringene knyttet til dataspill og *gaming* ikke er forlatt, blir dataspill nå behandlet med begreper som tidligere var forbeholdt de tradisjonelle kulturuttrykkene: kunst, innsikt, dannelse, kvalitet, mangfold, profesjonalitet. Denne utviklingen blir også synliggjort gjennom den mulige utvidelsen av Den kulturelle skolesekken til å inkludere «spill og interaktive medier».

Den australske kulturpolitikkforskeren Katya Johanson har gjort en analyse av den nordiske kulturpolitikken mot barn og unge. Et av hennes analytiske poenger er at det har vært en utvikling i kulturpolitikken for barn og unge. På 1970-tallet ble eksistensen og verdien av barns egen kultur anerkjent, også i den nordiske kulturpolitikken. Med det ble barn og unge gitt en form for kulturell autonomi. Hun beskriver de kulturpolitiske endringene som har skjedd siden 1970-tallet som svar på en *bekymring*:

[C]ultural policies respond to the social and political anxieties caused by the apparent triumvirate of children, globalisation and information technology: the fear [...] that with communications technology in their hands children will form a global culture exclusive of their parents and their concern with cultural reproduction.<sup>93</sup>

---

91 Kulturdepartementet 2019b.

92 Klevjer 2008.

93 Johanson 2010: 398.

Mot slutten av århundret, skriver Johanson, har offentlige politikker rettet mot barn også blitt preget av en «rights discourse», som blant annet inkluderer barns rettigheter på tilgang til kultur.<sup>94</sup> Det som ifølge Johanson samtidig har komplisert de kulturpolitiske ambisjonene, er at nyere digitale tilbud har satt noen kulturpolitiske grunnverdier i spill, gjennom det hun altså refererer til som et *triumvirat* av barn, globalisering og informasjonsteknologi. Muligheten til å påvirke hva barn og unge konsumerer av kulturuttrykk, og muligheter til nasjonal kulturpolitisk regulering av formidlingskanalene for disse uttrykkene, er langt svakere. Sagt på en annen måte, *dersom* en kulturpolitikk skal ha som ambisjon å påvirke barn og unges digitale kulturtilbud og digitale kulturkonsum, må både ambisjoner og virkemidler for denne politikken endres.

I hvilken retning kan en digital kulturpolitikk for barn og unge så utvikles om den skal være effektiv og få gjennomslag? Hvis vi avslutningsvis vender tilbake til den nyeste kulturmeldingen, kan vi lese det følgende:

Barn og unge har ein omfattande kulturbruk på digitale plattformer. Spel, strøymetenester og deling av tekst, foto og video på sosiale medium inngår i kvardagen til mange. Kunst og kultur som ytringar gjennom digitale plattformer er noko den oppveksande generasjonen er fortruleg med og naturleg oppsøker.<sup>95</sup>

Det som er interessant med denne formuleringen, er at den inneholder en anerkjennelse av de digitale plattformenes sentrale plass i de unges kulturbruk. Vi mener det er grunn til å beskrive dette som en *resignert* anerkjennelse av det digitale. Meldingen inneholder kun en passiv aksept og kortfattet konstatering av digital kultur og de digitale

---

94 Johanson peker på FNs konvensjon om barnets rettigheter som et vannskille på dette området.

95 Meld. St. 18 (2020–2021): 79–80.

plattformenes betydning, uten å presentere noen forslag til hvordan kulturpolitikken skal forholde seg til denne situasjonen. Det trekkes ingen konsekvenser av denne ganske grunnleggende innsikten, selv om det andre steder i samme melding heter at «det må skapast nye produksjonar retta særleg mot ungdom som målgruppe, og ein må bruke dei kanalane som dei unge føretrekkjer».<sup>96</sup> Det er ikke åpenbart hva som ligger i dette. «Å bruke dei kanalene som dei unge føretrekkjer» vil, dersom man leser det bokstavelig, innebære at de nye produksjonene som skapes, må formidles på Instagram, YouTube, Snapchat og TikTok, som er de foretrukne plattformer og kanaler for denne målgruppen.

Barne- og ungdomskulturmeldingen fra 2021 peker ikke desto mindre på noen retninger for en digital kulturpolitikk på dette området. Her pekes det på at det digitale kulturlivet til barn og unge kan utvikles gjennom at politikkområder arbeider sammen, for eksempel det juridiske, det kunnskapspolitiske og det kulturpolitiske.<sup>97</sup> Også i mediemangfoldutvalgets utredning fra 2017 finner vi noe av det samme tankegodset.<sup>98</sup> Utvalget påpeker blant annet at mediepolitikken i stadig større grad er sektorovergripende. Dermed blir mediepolitikens aktive samspill med andre politikkområder viktigere enn noen gang.<sup>99</sup> Vi vil hevde at det samme gjelder kulturpolitikken. En nasjonal kulturpolitikk for digitale kulturuttrykk og digitale plattformer vil måtte utvikles i samspill med overnasjonale reguleringer av plattformer, som gjennom det nevnte AMT-direktivet, og i samspill med medielovgivning og åndsverklovgivning. I tillegg vil en digital kulturpolitikk for barn og unge måtte legge til rette for å prioritere visse formidlingskanaler, der man følger opp de siterte ambisjonene fra kulturmeldingen om å «bruke dei kanalene som dei unge føretrekkjer».

---

96 Meld. St. 18 (2020–2021): 80.

97 Meld. St. 18 (2020–2021): 165.

98 NOU 2017: 7.

99 NOU 2017: 174.

Digitaliseringen og digitalt kulturkonsum, som særlig er vesentlig for unge kulturbrukere, har samtidig forsterket noen grunnleggende kulturpolitiske dilemmaer: å balansere mellom paternalisme og relevans, mellom elitisme og populisme, og mellom markedskorrigering og kommersialisme. Det handler om i hvilken grad kulturpolitikken skal bidra til å prioritere visse kulturuttrykk som anses å være av særlig verdi, og i hvor stor grad markedet skal korrigeres på et slikt grunnlag. I tillegg til disse prinsipielle dilemmaene har det altså blitt tilføyet noen utfordringer som handler om hvordan eierskapet til infrastrukturen for digital kulturformidling, plattformsselskaper og globale medieselskaper, kan reguleres, ansvarliggjøres og skatlegges. I den globale diskusjonen om denne utfordringen ser vi interessante eksempler i et land som Australia, som i februar 2021 vedtok en lov som pålegger selskap som Facebook og Google å betale for nyhetsmateriale som gjøres tilgjengelig gjennom deres plattformer.<sup>100</sup> Et annet eksempel finner vi i Canada, som planlegger en revisjon av sitt lovverk om kringkasting som innebærer at selskap som Netflix og Spotify må bidra økonomisk til utvikling av kanadiske kulturuttrykk.<sup>101</sup> En lignende revisjon er under utvikling i Norge: I det nevnte AMT-direktivet, som ifølge Kulturdepartementet skal implementeres i løpet av 2022, ligger det to ulike tiltak for å fremme europeisk innhold: Såkalte audiovisuelle bestillingstjenester skal ha minst tretti prosent europeisk innhold i sine kataloger, og dette innholdet skal gis en fremtredende plassering.<sup>102</sup>

I tillegg til den kulturpolitikken som implementeres gjennom direktiver, forskrifter og lovendringer, vil kulturpolitikken fremdeles også innebære prioriteringer og valg mellom ulike kulturuttrykk. Den vil nødvendigvis måtte inkludere en prioriteringsmekanisme, og blant annet gjennom inkludering av dataspill har denne mekanismen begynt å orientere seg i de kulturelle uttrykkene som formidles og skapes digitalt.

---

100 BBC 2021.

101 Se f.eks. Montgomery 2020.

102 Prop. 1 S (2021–2022): 126.

Det ligger utenfor denne artikkelens rammer å gi konkrete råd om hva som skal prioriteres, men at kulturpolitikken forstår og inkluderer digitale kulturuttrykk, er viktig for å unngå at den taper legitimitet. Den digitale kulturpolitikken for barn og unge, fremdeles under utvikling, vil i årene fremover være avhengig av en gjennomtenkt og kunnskapsbasert møblering av eget handlingsrom.

## Litteratur- og kildeliste

- Balling, G. (2011). «Det er i mødet, det sker – om kulturpolitikk og kulturformidling med barn i centrum». *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 14(01-02), 8–32.
- BBC (2021, 25. februar). Facebook and Google news law passed in Australia. *BBC*. <https://www.bbc.com/news/world-australia-56163550>
- Berge, O.K., Haugsevje, Å.D. & Miland, K.P. (2021). *Plan B? Digitale formidlingstilbud i Den kulturelle skolesekken (DKS) under Covid-19*. Telemarksforsking.
- Bjørnsen, E. (2009). *Norwegian Cultural Policy: A Civilizing Mission*. *Akademisk avhandling* [doktoravhandling]. Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick.
- Borgen, J.S. (2005). *Kunstaktiv ungdom på internett: Evaluering av nettstedet www.trafo.no*. NIFU-STEP. <http://hdl.handle.net/11250/275492>
- Breivik, J.-K. & Christophersen, C. (2013). *Den kulturelle skolesekken*. Kulturrådet.
- Brinch, S. (2008). Spill er kultur – og må også forstås som det. *Norsk medietidsskrift*, 15(2), 82–83.
- Burton, J. (2019). Look at Us, We Have Anxiety: Youth, Memes, and the Power of Online Cultural Politics. *Journal of Childhood Studies*, 44(3), 3–17. <https://doi.org/10.18357/jcs00019171>
- Dubois, V. (2015). Cultural policy regimes in Western Europe. I J.D. Wright (red.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences* (2. utg.) (s. 460–465). Elsevier.

- Google Norge (2020, 2. desember). Dette er årets mest populære YouTube-videoer i Norge [pressemelding]. *NTB*. <https://kommunikasjon.ntb.no/pressemelding/dette-er-arets-mest-populaere-youtube-videoer-i-norge?publisherId=8930805&releasId=17896797>
- Fagervik, S.S. (2019). *Dataspill i undervisningen: fire læreres begrunnelser for bruken av dataspill i undervisningen, og deres opplevelse av effekten på elevenes motivasjon og egen rolle* [masteroppgave]. Universitetet i Agder.
- Folkvord, F., Bevelander, K.E., Rozendaal, E. & Hermans, R. (2019). Children's bonding with popular YouTube vloggers and their attitudes toward brand and product endorsements. *Vlogs: An explorative study. Young Consumers*, 20(2), 77–90. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0896>.
- Henningesen, E. (2015). Kulturpolitikens sedimentering. Kulturløftet som kulturpolitisk vekstperiode. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 18(1), 28–40.
- Hylland, O.M. (2020). Digital kulturpolitikk. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 23(01), 29–47.
- Hylland, O.M. & Kleppe, B. (2022). Mot et digitalt utvidet kulturbegrep: Digital kulturbruk blant ungdom og verktøyene vi bruker for å måle den. *Nordisk kulturpolitisk tidsskrift*, 25(1), 9–27.
- Hylland, O.M., Haugevje, Å., Schnell, A.J. & Miland, K. (2019). *Ung kultur. Et kunnskapsgrunnlag*. Telemarksforskning.
- Johanson, K. (2010). Culture for or by the child? «Children's culture» and cultural policy. *Poetics*, 38(4), 386–401.
- Klevjer, R. (2008). The Cultural Value of Games: Computer Games and Cultural Policy in Europe. I P. Ludes (red.), *Convergence and Fragmentation: Media Technology and the Information Society* (s. 71–90). Intellect Books.
- Kulturdepartementet (2019a). *Spillerom. Dataspillstrategi 2020–2022*. <https://www.regjeringen.no/contentassets/42ac0925a3124828a2012ccb3f9e80c9/spillerom---dataspillstrategi-2020-2022.pdf>
- Kulturdepartementet (2019b, 18. oktober). Medietilsynet inviterer til innspilmøte om trygg digital oppvekst. <https://www.regjeringen.no/no/dokumentarkiv/regjeringen-solberg/aktuelt-regjeringen-solberg/kud/nyheter/2019/medietilsynet-inviterer-til-innspilmote-om-trygg-digital-oppvkst/id2674440/>

- Kulturdepartementet (2021, 19. mars). Kunnskaps- og integreringsminister Guri Melby og kultur- og likestillingsminister Abid Q. Raja presenterer barne- og ungdomskulturmeldingen [video]. <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/kunnskaps-og-integreringsminister-guri-melby-og-kultur-og-likestillingsminister-abid-q-raja-presenterer-barne-og-ungdomskulturmeldingen-fredag-19-mars-13.30/id2838723/>
- Kulturrådet (1997). *Årsmelding 1996*. Norsk kulturråd.
- Kulturtanken (u.å.). *FoNT-prosjektet*. <https://www.kulturtanken.no/prosjekt/font/>
- Kulturtanken (2020a, 7. februar). Rapport: Dataspill som kulturuttrykk i DKS. <https://www.kulturtanken.no/ressurs/dataspill-som-kulturuttrykk-i-dks-ordningen-rapport/>
- Kulturtanken (2020b). *Dataspill som kulturuttrykk i DKS-ordningen*. <https://issuu.com/kulturtankendks/docs/kulturtanken-dataspill>
- Mangset, P. (1992). *Kulturliv og forvaltning, Innføring i kulturpolitikk*. Universitetsforlaget.
- Mangset, P. & Hylland, O.M. (2017). *Kulturpolitikk: Organisering, legitimering og praksis*. Universitetsforlaget.
- Medietilsynet (2019). *Barn og medier 2018*. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/barn-og-medier-2018-oppdater-ersjon--oktober-2019.pdf>
- Medietilsynet (2020). *Barn og medier 2020*. En kartlegging av 9–18-åringers digitale medievaner. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>
- Meld. St. 8 (2018–2019). *Kulturens kraft: Kulturpolitikk for framtida*. Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/9778c28ab1014b789bbb3de0e25e0d85/nn-no/pdfs/stm201820190008000dddpdfs.pdf>
- Meld. St. 18 (2020–2021). *Opplive, skape, dele: Kunst og kultur for, med og av barn og unge*. Kulturdepartementet.
- Montgomery, M. (2020, 4. november). New broadcast law to deal with Netflix, Spotify, other streaming services. *RCI*. <https://www.rcinet.ca/>



en/2020/11/04/new-broadcast-law-to-deal-with-netflix-spotify-other-streaming-services/

Norsk filminstitutt (2020, 1. oktober). Retningslinjer til innkjøpsordning for spill.

<https://www.nfi.no/sok-tilskudd/tilleggstekster-tilskudd/retningslinjer-til-innkjopsordning-for-spill>

NOU 2013:4. *Kulturutredningen 2014*. Kulturdepartementet.

NOU 2017:7. *Det norske mediemangfoldet. En styrket mediepolitikk for borgerne*. Kulturdepartementet.

NRK (2015). *Blåboka. SoMe*. <https://nrkbeta.no/2015/01/20/allmennkringkasting-og-sosiale-medier-hvordan-og-hvorfor/>

Olsen, R.F. (2008, 7. mars). – Spill er kultur. VG. <https://www.vg.no/rampelys/spill/i/w7a51/spill-er-kultur>

Penney, J. (2020). «It's So Hard Not to be Funny in This Situation»: Memes and Humor in US Youth Online Political Expression. *Television & New Media*, 21(8), 791–806.

Pires, F., Masanet, M.-J. & Scolari, C.A. (2019). What are teens doing with YouTube? Practices, uses and metaphors of the most popular audio-visual platform. *Information, Communication & Society*, 1–17. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1672766>

Poell, T., Nieborg, D. & van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>

Prop. 1 S (2021–2022). *Proposisjon til Stortinget (forslag til stortingsvedtak)*. Kulturdepartementet. <https://www.regjeringen.no/contentassets/7427a887529f44cf8fdeabc2a240b4c/no/pdfs/prp202120220001kuddddpdfs.pdf>

Regjeringen (2019, 29. april). Endringer i AMT-direktivet. <https://www.regjeringen.no/no/sub/eos-notatbasen/notatene/2016/juni/forslag-til-enderinger-i-amt-direktivet-/id2503512/>

Roberge, J. & Chantepie, P. (2017). The Promised Land of Comparative Digital Cultural Policy Studies. *The Journal of Arts Management, Law, and Society*, 47(5), 295–299. <https://doi.org/10.1080/10632921.2017.1398584>

Siebke, M., Owe, T.A. & Grønbech, T. (2009, 12. juni). Alle bibliotek får dataspill. NRK. <https://www.nrk.no/kultur/dataspill-til-alle-bibliotek-1.6649216>

- Simonsen, M.B., Hellemann, V., Leinslie, E. & Thorshaug, C.B. (2008). *Danseprosjektet Isadora: Vurderinger av et kunstnerisk utviklingsprosjekt*. Norsk kulturråd.
- Sjøvold, J.M., Haave, M.B.N., Helgeland, K., Kaur, R. & Slemdal, L.I. (2019). *Kunst i tall 2018: Inntekter fra musikk, litteratur, visuell kunst og scenekunst*. Kulturrådet.
- Skaug, J.H., Husøy, A., Staaby, T. & Njåsen, O. (2020). *Spillpedagogikk: Dataspill i undervisningen*. Fagbokforlaget.
- Steinbråten, I.J. (2019). *Historie som opplevelse. Bruk av dataspill i historieundervisning* [masteroppgave]. Universitetet i Bergen.
- Stengrundet, V. (2017). *Dataspill som læringsverktøy: Utvikling av et matematikkspill* [masteroppgave]. NTNU.
- St.meld. nr. 52 (1973–74). *Ny kulturpolitikk*. Kyrkje- og undervisningsdepartementet.
- St.meld. nr. 23 (1981–82). *Kulturpolitikk for 1980-åra*. Kyrkje- og undervisningsdepartementet.
- St.meld. nr. 27 (1983–84). *Nye oppgaver i kulturpolitikken*. Kultur- og vitskapsdepartementet.
- St.meld. nr. 22 (1999–2000). *Kjelder til kunnskap og oppleving. Om arkiv, bibliotek og museum i ei IKT-tid og om bygningsmessige rammevilkår på kulturområdet*. Kulturdepartementet.
- St.meld. nr. 48 (2002–2003). *Kulturpolitikk fram mot 2014*. Kultur- og kyrkjedepartementet.
- St.meld. nr. 22 (2006–2007). *Veiviseren. For det norske filmløftet*. Kultur- og kirkedepartementet.
- St.meld. nr. 8 (2007–2008). *Kulturell skulesekk for framtida*. Kultur- og kyrkjedepartementet.
- St.meld. nr. 14 (2007–2008). *Dataspill*. Kultur- og kirkedepartementet.
- St.meld. nr. 23 (2008–2009). *Bibliotek. Kunnskapsallmenning, møtestad og kulturarena i ei digital tid*. Kultur- og kirkedepartementet.
- Tolbert, A.N. & Drogos, K.L. (2019). *Tweens' Wishful Identification and Parasocial Relationships With YouTubers*. *Frontiers in Psychology*, 10(2781), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02781>

- Tveit, Å.K. (2016). *Rom for barn: Norske barnebibliotek i perioden 1914–35 og på 2000-tallet* [doktorgradsavhandling]. Høgskolen i Oslo og Akershus.
- Valtysson, B. (2020). *Digital Cultural Politics: From Policy to Practice*. Palgrave Macmillan.
- van Dijck, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- van Dijck, J., Poell, T. & de Waal, M. (2018). *The Platform Society: Public Values in a Connective World*. Oxford University Press.
- Virke produsentforeningen (u.å). *Spillrapporten 2019/2020*. <https://www.virke.no/globalassets/3.bransjer/service-og-kultur/produsentforeningen/virke-spillrapporten-2019.pdf>
- Ødegård, G. (2016). Ungdom, opprør og tilpasning. Et essay om generasjonsdannelser. *Sosiologi i dag*, 46(3–4), 9–37.



# Massedigitaliseringens politikker

Nanna Bonde Thylstrup

Massedigitalisering af kulturarv er en af nutidens vigtigste kulturpolitiske anliggender. Biblioteker og kulturarvsinstitutioner kloden rundt arbejder på højtryk for at få deres samlinger digitaliseret. Disse projekter har skabt et videnslandskab, som var utænkeligt for blot 20 år siden, men som de fleste har vænnet sig til at bevæge sig rundt i i dag: Google Books, Europeana, Digital Public Library of America og en underskov af såkaldte «skyggebiblioteker» såsom Monoskop og Sci-Hub, der giver gratis adgang til deling og download af bøger, værker og videnskabelige artikler i digital form.

Nasjonalbiblioteket i Norge har lagt sig i førertrøjen, når det angår den digitale transformation af dets samlinger. Bibliotekets massedigitaliseringsprogram er både storstilet og ambitiøst og vidner om en kulturpolitisk beslutning, der ser både mulighederne i og nødvendigheden af at lade den offentlige sektor sikre Norges kulturelle erindring i digitalt format.

Men hvad er massedigitalisering for en størrelse, og på hvilken baggrund skal vi forstå digitaliseringsinitiativer som det norske? Det er disse spørgsmål, som denne tekst drejer sig om. Artiklen søger således ikke at bidrage med en uddybende analyse af norsk kulturpolitik på biblioteksområdet, men snarere at angive de parametre, hvorfra man overhovedet kan begynde at forstå de kulturpolitiske spørgsmål, der

rejses sig i kølvandet på massedigitaliseringsprojekter såsom det norske. På det tekniske plan indebærer massedigitalisering bogstavelig talt blot en overføring af store mængder information fra et analogt til et digitalt format. I modsætning til den snævre tekniske definition er massedigitaliseringsprojekter i kulturpolitisk forstand dog samtidig forankrede i ideologisk motiverede forestillinger om bedre adgang til – og bevaring af – fortiden; mere innovativ forskning; nye måder at læse, beskue og organisere kultur på; og nye måder at skabe og udvinde værdi på i den kulturelle sektor. Denne udvidede forståelse af, hvad massedigitaliseringen betyder, medfører, at massedigitalisering også ofte bliver italesat som en kulturel og moralsk forpligtelse.<sup>1</sup> På trods af massedigitaliseringens centrale rolle i kulturarvsverdenen findes der få egentlige kulturpolitiske analyser af fænomenet.<sup>2</sup> I stedet behandles massedigitalisering ofte som rent tekniske projekter, der primært handler om standarder, scanningsformater og tekniske infrastrukturer.

Dette kapitel argumenterer for, at massedigitalisering i overvældende grad forandrer kulturarvens politiske landskab. I tråd med dette vil jeg give et overblik over nogle af de vigtigste tendenser og kulturpolitiske spørgsmål, som massedigitalisering rejser. Til at konkretisere disse mere generelle tendenser inddrager artiklen eksempler fra det norske Nasjonalbiblioteket og de forandringer, denne institution står over for, når massedigitaliseringens plov gennemarbejder den norske kulturarv. Den norske case peger på, hvordan massedigitaliseringsprojekter mere generelt sammenfolder tilsyneladende ikke-relaterede projekter i nye infrastrukturer med kulturpolitiske implikationer. Digitaliserede biblioteker udvider ikke blot rummet for vidensproduktion, men skaber også nye grænseflader mellem disciplinære metoder, økonomiske logikker og faglige interesser.

Jeg indleder artiklen med en kort beskrivelse af det norske nationalbiblioteks massedigitaliseringsprojekt. Dernæst gennemgår jeg

---

1 Borghi & Karapapa 2013; Henningsen & Larsen 2020; Thylstrup 2019.

2 Borghi & Karapapa 2013; Thylstrup 2019.

infrastrukturteorier og deres relevans for massedigitalisering. Så mobiliserer artiklen det infrastrukturelle blik til at belyse udvalgte kulturpolitiske dimensioner af massedigitalisering. Og endelig opsummerer den de vigtigste pointer og indikerer, hvilke andre perspektiver som præger massedigitaliseringens kulturpolitiske dagsorden.

## Massedigitalisering og det norske nationalbibliotek

Norge har i dag iført sig førerkasketten, når det kommer til digitalisering af kulturarv. Særlig ambitiøse er Nasjonalbibliotekets og det norske kulturministeriums strategier på dette område. Bibliotekets opgave, som den er formuleret af det norske Kulturdepartement, er at bevare alt, som er udgivet i Norge, herunder bøger, aviser og radioprogrammer.<sup>3</sup> Digitaliseringen af Nasjonalbibliotekets samlinger er desuden en del af en overordnet digital plan for den norske offentlige sektor.<sup>4</sup> I denne strategi kobles materielle strategier for massedigitalisering op på politiske visioner om «informationssamfundet» og senere «det digitale samfund», øget indflydelse til «brugeren» og øget «datadeling» på tværs af samlinger, institutioner og sektorer.<sup>5</sup> Dertil kommer bibliotekets egen positionering af massedigitalisering som et fagligt funderet og offentligt korrektiv til for eksempel Googles kommercielle vidensinfrastrukturer.<sup>6</sup> Norges digitaliseringsprojekt er i særdeleshed imponerende set i lyset af, at programmet næsten er lige så gammelt som selvstændiggørelsen af selve det norske nationalbibliotek i 1989, hvilket skete i forbindelse med udflytningen af de såkaldte nationalbiblioteksfunktioner til Mo i Rana. Digitaliseringsprocessen på Nasjonalbiblioteket begyndte

---

3 Kulturdepartementet 2018.

4 Kommunal- og moderniseringsdepartementet 2019.

5 Henningsen & Larsen 2020.

6 Tank 2015.

i 2006 og forventes færdiggjort i 2036. Til den tid vil den digitaliserede samling omfatte samtlige aviser, bilder, bøger, manuskripter, magasiner, ikke allerede digitaliserede lydmaterialer, videoer og stortingsrapporter, som findes i Nasjonalbibliotekets samlinger. Hertil skal lægges det materiale, som allerede forekommer i digital form, nemlig e-bøger, lydbøger, spørgeskemaundersøgelser, radio, TV og websider.<sup>7</sup>

Nasjonalbibliotekets massedigitaliseringsstrategi indbefatter endvidere formelle samarbejdspartnere såsom forlæggere og norske avismedier, og så er bibliotekets massedigitaliseringsprojekt også indlejret i den norske sprogbanks infrastruktur, hvor digitaliseringsprocesser tilføjer et stadig stigende antal tekster til den i forvejen store samling til brug for forskellige maskinlæringsprojekter. Disse ressourcer anvendes til både kommercielle og ikkekommercielle formål af den norske offentlige sektor og af forskere i lingvistik.<sup>8</sup> På den måde knytter initiativet også an til spørgsmålet om kulturarvsinstitutionernes rolle som vigtige organisationer, der ikke blot bevarer kulturarv, men også udvikler digitale teknologier, der kan fungere både i små sprogfællesskaber såsom det norske og uden for Norges grænser gennem bibliotekets internationale samlinger. Uden et tilstrækkelig stort digitalt reservoir af norske tekster er det umuligt at udvikle teknologier til for eksempel automatiseret oversættelse, tekstgenkendelse og søgefunktioner.

## Biblioteket som infrastruktur

Nationalbiblioteker fremstår ofte som spektakulære steder, og Norges nationalbibliotek er ingen undtagelse. Men under Nasjonalbibliotekets synlige overflader findes infrastrukturer, der på usynlig – og i stigende grad digital – vis organiserer menneskers møde med kulturarvsmaterialerne.

---

7 Nasjonalbiblioteket u.å.a.

8 Nasjonalbiblioteket u.å.b.



Kulturarvens infrastrukturer har i de seneste 20 år været genstand for et øget fokus i den humanistiske verden,<sup>9</sup> ofte særlig ansporet af storstilede digitaliseringsprojekter på forskningsbiblioteker og nationale biblioteker.<sup>10</sup> Men hvor infrastrukturbegrebet traditionelt har knyttet an til «hårde» ting som for eksempel veje, master og ledninger, har forskere i de seneste år udvidet det infrastrukturelle begreb til også at indbefatte mennesker. En særlig interesse i denne sammenhæng har været, hvorledes bibliotekers infrastrukturer består af både tekniske og sociale lag,<sup>11</sup> samt hvorledes bibliotekers infrastrukturer, eksempelvis reolsystemer, mikrofilm, klassifikationssystemer og digitale platforme, forandrer sig i takt med teknologiens udvikling.<sup>12</sup> Infrastrukturer, som også er bærende for Norges kulturarv.

Medieforskeren John Durham Peters er gået så vidt som til at betegne denne teoretisk-empiriske interesse som et «infrastrukturalistisk paradigme».<sup>13</sup> Det infrastrukturalistiske paradigme, forklarer han, er en logisk arvtager efter strukturalismen og poststrukturalismen og kendes på dets fascination af det basale, det kedelige, det hverdagsagtige og alle de fordækte ting, som foregår *bag* scenerne og *under* overfladen (derfor *infra-*). Peters tilskriver den feministiske videnskabs- og teknologiforsker Susan Leigh Star en stor del af æren for de seneste årtiers interesse i infrastrukturer. I sine skelsættende værker, ofte samskrevet med andre, argumenterer Star for, at udviklingen og håndhævelsen af infrastrukturer i videnstunge organisationer – for eksempel standarder, klassifikationssystemer og teknologier – skal anerkendes som arnesteder for politisk praksis.<sup>14</sup>

---

9 Svensson 2019.

10 Gradman 2016.

11 Bishop m.fl. 2000; Edwards m.fl. 2012; Parikka & Bhowmik 2019.

12 Mattern 2014.

13 Peters 2016.

14 Bishop m.fl. 2000; Star 1999; Star & Ruhleder 2012.

Stars åbenbaring af infrastrukturernes sociale, politiske og etiske dimensioner har præget en lang række forskere, blandt andet inden for informationsstudier<sup>15</sup>, datalogi<sup>16</sup>, arkitektur<sup>17</sup>, medie- og kommunikationsstudier<sup>18</sup>, jura<sup>19</sup>, antropologi<sup>20</sup> og sikkerhedsteori<sup>21</sup>. Disse forskere har på hver deres område mobiliseret begrebet infrastruktur til at beskrive moderne socio-tekniske systemer og deres politiske dynamikker. Den kunstneriske forsker Ingrid Burrington understreger, at et infrastrukturelt blik frem for alt giver mulighed for at undersøge vekselvirkningerne mellem den private og den offentlige sektor og den rolle, som private firmaer spiller i udbygningen af den offentlige sektors infrastrukturer.<sup>22</sup> Netop denne problematik er vigtig for at forstå massedigitaliseringens underliggende betingelser for vidensproduktion. Og den kan også hjælpe os på vej til at formulere nye spørgsmål om, hvordan disse betingelser og stier hænger sammen med mere overordnede problemstillinger om globalisering og privatisering, og hvorvidt disse problemstillinger og udviklinger tilsammen redefinerer de nationale kulturarvsinstitutioners værdier og repræsentationsformer. Med andre ord kan teoridannelsen skærpe opmærksomheden på massedigitalisering i nationale kulturarvsinstitutioner som det norske nationalbibliotek og på, at disse ikke blot eksisterer som «kedelige» teknologiske tiltag, men også som centrale arnesteder for kulturpolitisk praksis.

---

15 Edwards m.fl. 2012.

16 Bell & Dourish 2007.

17 Easterling 2014.

18 Agostinho & Thylstrup 2019; Mulvin 2021; Parks & Starosielski 2015; Plantin m.fl. 2018.

19 Pellandini-Simányi & Vargha 2021.

20 Anand m.fl. 2018; Larkin 2013.

21 Leander 2021.

22 Burrington 2021.

## Digitalisering, standardisering og interoperabilitet

Som beskrevet ovenfor kan massedigitalisering forstås som en logistisk problemstilling, der skaber nye færdselsårer og knudepunkter i kulturarven.<sup>23</sup> Det, som muliggør disse nye bevægelser på tværs af kabler, servere, «skyer» og data, er blandt andet oparbejdelsen og vedligeholdelsen af standarder.<sup>24</sup> En standard er i bund og grund en aftale om et fælles princip mellem flere parter, og ofte er målet med en standard at forenkle og skabe forbindelser i komplekse vidensinfrastrukturer. Men et infrastrukturelt blik på standarder viser, at evnen til at fastsætte og håndhæve en standard også er en måde at skabe nye virkeligheder på.<sup>25</sup> Tænk blot på idéen om standardtid, som tillader og udformer global politik og handel. Uden tidens standardiserede infrastruktur ville hverken transportnetværk, globale handelskanaler eller globale kommunikationsnetværk eksistere.<sup>26</sup>

Biblioteker er tilsvarende historiske arnesteder for standardiseringsprocesser. Velkendte eksempler er katalogiseringssystemet Dewey Decimal System udviklet af amerikaneren Melvil Dewey, som også tilskrives æren for at udvikle biblioteksudstyr såsom hængemapper til kartotekskort. Deweys system er blot ét af mange forsøg på at skabe standarder for organisering af viden. Deweys decimalsystem er et historisk eksempel på, hvorledes kulturarvsinstitutionernes standardiseringspraksisser til alle tider har været genstand for forhandling i mødet mellem nationale og globale vidensinfrastrukturer.<sup>27</sup>

Det er samtidig et eksempel på de magtdynamikker, som standarderne er rundet af og til stadighed producerer. I de senere år har der

23 Beyene 2016; Jøsevold 2016; Rustad 2006.

24 Edwards 2019; Mulvin 2021; Star & Ruhleder 2012.

25 Busch 2011.

26 Peters 2016.

27 Christensen 1931.

således været øget opmærksomhed på Melvil Deweys ideologier, og hvorledes disse kan aflæses i hans systemer. For eksempel optræder rettighedshistorie for oprindelige folk, immigranter, sorte og kvinder i hans system som socialvidenskab snarere end historie. Og indtil for nylig hørte LGBTQ+-indhold under «abnormal psychology» og «sociale problemer», indtil det blev ændret til det mere nutidige «seksuel orientering, transkønnethed, interseksualitet» (sektionen står dog mellem prostitution og børnehandel på den ene side og «fetich og BDSM» på den anden side).<sup>28</sup> Deweys eksempel er blot et af mange eksempler på, hvorledes tilsyneladende «kedelige» standarder i kulturarvsverdenen i virkeligheden emmer af politisk praksis.<sup>29</sup>

I dag ser vi fremkomsten af nye standarder, der skal understøtte digital adgang til kulturarv på tværs af både institutioner og lande. Disse standarder er organiseret i flere infrastrukturelle lag. Internettet alene involverer direkte engagement med hundredvis af globale standarder – fra bluetooth- og wi-fi-standarder til protokolstandarder og filstandarder såsom Word og http. Massedigitalisering lægger dertil yderligere lag af tekniske standarder, herunder for eksempel European Data Model (EDM) og Googles schema.org. Ligesom historiske standarder bør vi også anerkende disse nye standarder som rundet af – og aktivt producerende – politisk praksis.

Ét politisk motiveret koncept, som præger disse nye digitale standarder, er kravet om interoperabilitet. Dette krav er blandt andet afstedkommet af den øgede kompleksitet, vidensinfrastrukturer får med globalisering og digitalisering.<sup>30</sup> Et eksempel er IIIF (International Image Interoperability Format), som er en standard, der blandt andet udvikles af Norges nationalbibliotek, til at facilitere systematisk genbrug af visuelle ressourcer i digitale kulturarvsrepositorier.<sup>31</sup> IIIF består

---

28 Srikanth 2021.

29 Adler 2017.

30 Borgman 2019.

31 Nasjonalbiblioteket 2018.

af adskillige http-baserede webservices, som omfatter adgang til billeder og præsentation og strukturering af komplekse digitale objekter, som består af et eller flere billeder.<sup>32</sup> I dag understøtter IIF også tiltag såsom arkivalsk genforening af ellers spredt kulturarvsmateriale og nemmere genbrug af visuelt materiale.<sup>33</sup> Hvor IIF på overfladen blot handler om teknisk adgang til billeder, hjælper infrastrukturteori os til at forstå, at standarder som disse også er arnesteder for politisk praksis. I IIF's tilfælde kan denne politiske praksis forstås som en aktiv deltagelse i – og hyldet af – interoperabilitet, ikke blot som teknisk virkelighed, men også som kulturpolitisk ideal. Men hvilken epistemologi er interoperabilitet rundet af?

Interoperabilitetens fremkomst som nøglebegreb inden for massedigitalisering er et resultat af de teknologiske infrastrukturens øgede kompleksitet som følge af 1990'ernes allestedsnærværende netværksideologi.<sup>34</sup> I det 20. århundrede fungerede europæiske kulturarvsinstitutioner som suveræne institutioner, lukkede sfærer, der var underlagt interne logikker og sjældent delte infrastrukturer med andre institutioner. Ved årtusindskiftet skabte den intensiverede digitalisering dog en diskursiv forandring af kulturarvsinstitutionernes infrastrukturer. Et eksempel er den europæiske kommissionsrapport *Technological Landscapes for Tomorrow's Cultural Economy: Unlocking the Value of Cultural Heritage* (DigiCULT-rapporten), som argumenterede for, at kulturarvsinstitutionernes fremtidige succes i informationssamfundet ville være afhængig af deres evne til at indgå i netværkslogikkernes krav om interoperabilitet. Rapporten antydede dermed, at netværkslogikken og kravet om interoperabilitet ikke blot handlede om digitale forbindelser, men om samfundets dybereliggende strukturer. Og gennem interoperabilitetens linse blev disse strukturer opfattet som modulære og dermed også altid potentielt åbne. Det er derfor heller intet tilfælde, at

---

32 Freire m.fl. 2020.

33 Brumfield 2018.

34 Castells 2010.

interoperabilitet er motiveret af den «åbne data»-bevægelse, som søger at nedbryde institutionelle grænser og skabe nye kulturarvsinfrastrukturer og nye måder at arbejde med samlinger på. Det har givet anledning til en hel række nye kulturpolitiske begreber såsom «prosumers» og «producers», der slører grænserne mellem forbruger og indholdsproducent i en vision, hvor alt indhold potentielt kan kombineres på nye måder.

Den berømte jurist og professor i ophavsret Lawrence Lessig er en af de mest prominente fortalere for dette interoperable verdenssyn, og han har på et tidspunkt udtalt, at den største trussel mod det «åbne» internet er «dem, som ikke spiller med i interoperabilitetsspillet».<sup>35</sup> Trods dens centrale rolle i massedigitaliseringsprojekter diskuteres interoperabilitetsideologien sjældent som politisk fænomen. Dog er det næppe tilfældigt, at begrebet ofte optræder i sammenhæng med andre nutidige begreber såsom innovation, valgfrihed, effektivitet, fleksibilitet og adgang. Som den feministiske forsker i digital humaniora Tara McPherson har bemærket i sin analyse af de politiske implikationer af modularitetsideologien, så er det relevant at forstå disse begreber som kernelementer i det postfordistiske verdensbillede, der har en lang række politiske implikationer: tid-rum-kompression, individualisering, sløring af offentlig-private grænser og så videre. I dette lys fremstår interoperabilitet ikke blot som en teknisk måde at generere adgang på, men også som en kulturpolitisk tilgang til kulturarvssamlingers infrastrukturer som nogle, der skal understøtte fleksibilitet og effektivitet.

Nasjonalbibliotekets deltagelse i disse infrastrukturer må derfor også ansues som en aktiv kulturpolitisk praksis, der betinger både den måde, kulturarvssamlinger fremstår på, og vores forventninger til, hvorledes de bør fremstå. For det andet kan et perspektiv, der fremhæver infrastrukturernes politiske dimensioner, hjælpe os med at forstå interoperabilitetens ideologier. Man kan eksempelvis spørge, hvorvidt Norges tilgang til interoperabilitet adskiller sig fra – eller forstærker – andre landes eller kommercielle aktørers betoning af interoperabilitet.

---

35 Lessig 2005.

Findes der i dag en særlig «velfærdsudgave» af interoperabilitet i forbindelse med massedigitalisering af kulturarv? Kan interoperabilitet og kulturelle hensyn til marginaliserede kulturer forenes? Og på hvilke præmisser optræder Norge i IIF's arbejde som én *stakeholder* ud af mange, fortrinsvis højtprofilerede amerikanske, biblioteker?

## Massedigitaliseringens kulturpolitiske perspektiver

Diskussionen om standarder, infrastrukturer og interoperabilitet viser, at massedigitalisering i bund og grund er en Janus-figur, der skuer både fremad og tilbage. Massedigitalisering formår på én gang både at underminere og at forstærke eksisterende kulturpolitiske dynamikker. I dette afsnit vil jeg kaste et nærmere blik på implikationerne af disse infrastrukturelle spændinger i forhold til kulturinstitutioner som det norske nationalbibliotek. Jeg vil gøre det med særlig vægt på de tre klassiske kulturpolitiske områder: territorier, værker og vidensproduktion.

På det territorielle niveau producerer massedigitaliseringsprojekternes infrastrukturer paradoksale spændingsforhold mellem nationalstat og globalisering, centrum og periferi og den offentlige og private sektor. Nasjonalbibliotekets massedigitaliseringsprojekt italesættes for eksempel på den ene side som led i et overordnet nationalt projekt, hvis rolle det er at styrke borgernes norske identitet og tilhørsforhold.<sup>36</sup> Denne vision har rødder i en dyb historisk forbindelse mellem opbygningen af bibliotekssektoren og den norske nationalstat.<sup>37</sup> Hertil præsenteres massedigitaliseringsprojektet som en vision, der skal styrke den offentlige sektor, og dermed et tiltag, der skal tjene offentlige interesser.<sup>38</sup>

36 Takle 2010; Nasjonalbiblioteket u.å.b.

37 Bing 2005.

38 Kommunal- og moderniseringsdepartementet 2019.

På den anden side understreges det dog samtidig, at norske masse-digitaliseringsprojekter må forankres i – og nogle gange samarbejde med – globaliserede, og ofte kapitaltunge, infrastrukturer såsom søgemaskiner, sociale medieplatforme og nye projekter med kunstig intelligens som omdrejningspunkt.<sup>39</sup> Disse samarbejder og de ovenfor beskrevne infrastrukturelle indlejringer i Nasjonalbibliotekets arbejde skaber dermed nye logistiske passager, hvor Norges nationale kulturarv injiceres ind i og kontrolleres af globale og private aktører. Disse injektioner øger de digitale samlingers kompleksitet betydeligt, idet samlingerne pludselig indgår i kontekster, som førhen var væsensforskellige fra kulturarv, herunder sociale medieplatforme og kunstig intelligens. Denne stigning i kompleksitet betyder tillige, at kulturarvsinstitutioner i dag indrulleres i helt nye og yderst forskelligartede kulturpolitiske problematikker.

Men inddragelsen af social medier som centrale kommunikations- og engagementsinfrastrukturer for digitaliserede samlinger rejser samtidig spørgsmål om de kulturpolitiske implikationer ved at gøre private infrastrukturer til centrale elementer i den offentlige formidling af digitale samlinger.<sup>40</sup> De store sociale medieplatforme har i de seneste ti år været genstand for massiv kritik på grund af deres formodede eroderende effekt på borgernes privatliv og demokratiske processer.<sup>41</sup> Det bør med andre ord give anledning for Nasjonalbiblioteket til at stille spørgsmålstejn ved sin egen rolle, når institutionen bruger disse platformes infrastrukturer til at kommunikere og engagere borgere i digitale samlinger.<sup>42</sup> Hvilke former for synligheds- og magtlogikker introducerer amerikansk-ejede sociale medieplatforme i kulturarvens norske offentlige sfære,<sup>43</sup> og hvilke overvejelser bør Nasjonalbiblioteket have om de norske borgernes datarettigheder?

---

39 Hagen 2019; St.meld. nr. 24 (2008-2009); Kommunal- og moderniseringsdepartementet 2019; Nasjonalbiblioteket 2018.

40 Ogundipe 2019.

41 Bucher 2021; Vaidhyanathan 2018.

42 Skare 2020.

43 Booth m.fl. 2020.



Et andet spørgsmål handler om de kulturpolitiske implikationer af, at kulturarv i stigende grad omformes til føde for kunstig intelligens,<sup>44</sup> og at biblioteker i stigende grad begynder at indlemme kunstig intelligens i deres daglige virke. Dette er ikke et nyt problemfelt. Maskinlæring har i mange år udviklet sig til et af de vigtigste innovationsområder i både den offentlige og den private sektor. Men i takt med at den infrastrukturelle kompleksitet i kunstig intelligens er vokset, er diskursen om kunstig intelligens, samt den materielle praksis, også i stigende grad underlagt kritik.<sup>45</sup>

Særlig vigtige kritikpunkter handler om de arbejdsmæssige implikationer af automatisering samt de udfordringer, kunstig intelligens rejser for dataetik, herunder i forhold til at sikre, at data er etisk høstet og bliver viderebragt i etisk forsvarlige projekter.<sup>46</sup> For biblioteker, der involverer massedigitaliserede samlinger i kunstige intelligensprojekter, som for eksempel Nasjonalbiblioteket, rejser dette især to væsentlige spørgsmål. På den ene side står samspillet mellem maskine og menneske som et centralt kulturpolitisk omdrejningspunkt. Nasjonalbibliotekets kunstig intelligens-projekt, *Nancy*, er hidtil blevet præsenteret som et supplement til bibliotekets personale. Køns- og geografiperspektivet fraset rejser betegnelsen «supplement» spørgsmål om den øvrige udvikling, hvor maskinlæringsystemer i stigende grad afløser traditionelle stillingskategorier og samtidig skaber nye og mere prækære former for infrastrukturelt skygearbejde.<sup>47</sup>

Det er ydermere relevant at overveje de problemstillinger, som biblioteker indskriver sig i ved at træne deres maskinlæringsystemer på datasæt. Hvordan sikrer man sig for eksempel at undgå datasæt, som er «høstet» på uetisk manér,<sup>48</sup> eller diskriminerende algoritmiske

---

44 The Alan Turing Institute u.å.; Markus 2021.

45 Harvey & LaPlace u.å.b.

46 Amoore 2020; Thylstrup 2022.

47 Kaun m.fl. 2020.

48 Harvey & LaPlace, u.å.a; Pipkin 2020; Thylstrup 2022.

modeller?<sup>49</sup> Hvis interesser varetages, når Nasjonalbiblioteket deltager i udviklingen af kunstig intelligens? Og hvilke muligheder har Nasjonalbiblioteket for at undgå – og skabe bolværk mod – de politiske problematikker, som udviklingen og implementeringen af kunstig intelligens har skabt på globalt plan?<sup>50</sup>

På værksniveau tilføjer massedigitalisering spørgsmålet om værdi-udvinding endnu en dimension. Massedigitalisering har nemlig medført, at kulturarv nu også tænkes som det, som medieteoretikeren Lev Manovich kalder «kulturelle data».<sup>51</sup> Disse kulturelle data bruges ikke kun til bevarings- og adgangsformål, men også til nye analysemetoder og, i forlængelse heraf, nye former for kulturel kapital. Det var netop et massedigitaliseringsprojekt, som muliggjorde det senere berømte og berygtede begreb «culturonomics», som udtrykte idéen om, at digitaliserede kulturarvssamlinger tillader brugere at måle forandringer i sprog, kultur og historie på tværs af samlinger på en helt anden skala end hidtil muligt.<sup>52</sup> Disse analyser udnytter altså den digitale transformation af fysiske bøgers infrastrukturer til store datasæt, der konstant kan koges nye indsigter på.

Michel med flere<sup>53</sup> tog udgangspunkt i Google-søgemaskinen Google Ngram Viewer, som giver brugere mulighed for at søge på ord på tværs af værker og genrer fra 1500 til 2019 i Google Books. Men den digitale omstrukturering af værker fra bøger til datasæt rejser også nye spørgsmål om de digitale værktøjers begrænsninger. For eksempel har Google Books adskillige *bias*, herunder en stærk overvægt af videnskabelige publikationer.<sup>54</sup> Derudover lider samlingerne af rodede metadata og fejlfyldte OCR-scanninger, som medfører mildest talt usikre resultater.<sup>55</sup> Disse problemfelter rejser tilsvarende spørgsmål i forhold

---

49 Prabhu & Birhane 2020.

50 Amoore 2020.

51 Manovich 2017.

52 Michel m.fl. 2011.

53 Michel m.fl. 2011.

54 Pechenick m.fl. 2015.

55 Younes & Reips 2019.

til Nasjonalbibliotekets Ngram-lignende funktion, NB N. Hvilke mulige bias indeholder denne søgemaskine? Hvilke kulturelle og politiske magtstrukturer reproducerer søgemaskinen, og hvilke bolværker rejser søgemaskinen mod dem? Mere grundlæggende: I hvilket omfang kan Nasjonalbiblioteket (og den norske kulturpolitik) repræsentere et alternativ til techgiganterne på dette område?

## Konklusion

Massedigitalisering både forandrer og reproducerer kulturarens kulturpolitikker gennem digitale infrastrukturer. På den ene side har massedigitaliseringsprojekter skabt et væld af nye logistiske muligheder. Det har givet almindelige borgere adgang til et væld af viden, som ville have været ganske umuligt og uden for selv de fremmeste videnskabsdyrkers og bibliotekers muligheder for blot få år siden. Det har givet nye måder at analysere og forstå fortiden på, og det har skabt nye muligheder for samarbejde på tværs af institutioner, sektorer og lande. De fleste af os benytter disse friheder til efter bedste evne at dykke ned i og skabe overblik over de nye digitale verdenshave af viden.

Men sammen med denne nye frihed til at bevæge sig gennem klodens overvældende hav af viden kommer også ansvaret for igen at tænke over de betingelser, hvormed færdslen gennem videnshavet muliggøres. Hvem bygger fartøjerne, og under hvilke forhold? Hvilke ruter benyttes, og hvilke blinde vinkler skaber disse? Hvilke politiske vinde blæser i sejlene? Og hvordan sikres nationale og demokratiske værdier, som Nasjonalbiblioteket søger at styrke, i globaliseringens hvirvelvind?

Sådanne spørgsmål kan kun italesættes, hvis vores diskussioner om massedigitalisering formår at tage stilling til de nye aktører, der melder sig på den kulturpolitiske bane, i form af for eksempel sociale medier og maskinlæringsprojekter. Det er nødvendigt, fordi massedigitalisering forskubber og forandrer kulturarens infrastrukturer og tilhørende magtdynamikker fra nationalstaten til globaliserede infrastrukturer.

## Litteratur- og kildeliste

- Adler, M. (2017). *Cruising the Library: Perversities in the Organization of Knowledge*. Fordham University Press.
- Agostinho, D. & Thylstrup, N.B. (2019). «If Truth Was a Woman»: Leaky Infrastructures and the Gender Politics of Truth-Telling. *Ephemera: Theory & Politics in Organizations*, 19(4), 745-775.
- The Alan Turing Institute (u.å.). AI & Arts. <https://www.turing.ac.uk/research/interest-groups/ai-arts>
- Amoore, L. (2020). *Cloud Ethics: Algorithms and the Attributes of Ourselves and Others*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9781478009276>
- Anand, N., Gupta, A. & Appel, H. (2018). Introduction: The Promise of Infrastructure. I N. Anand, A. Gupta & H. Appel (red.), *The Promise of Infrastructure*. Duke University Press. [https://www.dukeupress.edu/Assets/PubMaterials/978-1-4780-0018-1\\_601.pdf](https://www.dukeupress.edu/Assets/PubMaterials/978-1-4780-0018-1_601.pdf)
- Bell, G. & Dourish, P. (2007). Back to the Shed: Gendered Visions of Technology and Domesticity. *Personal and Ubiquitous Computing*, 11(5), 373-381. <https://doi.org/10.1007/s00779-006-0073-8>
- Beyene, W.M. (2016). Realizing Inclusive Digital Library Environments: Opportunities and Challenges. I N. Fuhr, L. Kovács, T. Risse & W. Nejdl (red.), *Research and Advanced Technology for Digital Libraries* (s. 3-14). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-43997-6\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-43997-6_1)
- Bing, J. (2005). The Norwegian National Library: Poised on the Threshold of the Twenty-First Century. *Alexandria*, 17(3), 123-131. <https://doi.org/10.1177/095574900501700302>
- Bishop, A.P., Neumann, L.J., Star, S.L., Merkel, C., Ignacio, E. & Sandusky, R.J. (2000). Digital Libraries: Situating Use in Changing Information Infrastructure. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 51(4), 394-413. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-4571\(2000\)51:4<394::AID-ASIS>3.0.CO;2-Q](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-4571(2000)51:4<394::AID-ASIS>3.0.CO;2-Q)

- Booth, P., Ogunidipe, A. & Røyseng, S. (2020). Museum Leaders' Perspectives on Social Media. *Museum Management and Curatorship*, 35(4), 373-391. <https://doi.org/10.1080/09647775.2019.1638819>
- Borghi, M. & Karapapa, S. (2013). *Copyright and Mass Digitization*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199664559.001.0001>
- Borgman, C.L. (2019). *Big Data, Little Data, No Data*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9963.001.0001>
- Brumfield, S. (2018). *Libraries: Past, Present and Future via IIF*. Keynote-foredrag på IIF-konferanse, 2018, Nasjonalbiblioteket, Oslo. <https://mediasite.nb.no/Mediasite/Play/978e0127b3664d40bdc40007f044128c1d>
- Bucher, T. (2021). *Facebook*. John Wiley & Sons.
- Burrington, I. (2021). The Infrastructural Power Beneath the Internet as We Know It. *The Reboot*. <https://thereboot.com/the-infrastructural-power-beneath-the-internet-as-we-know-it/>
- Busch, L. (2011). *Standards: Recipes for Reality*. MIT Press.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Christensen, C.H. (1931). Classification and Cataloguing in the Scandinavian Countries. *The Library Quarterly: Information, Community, Policy*, 1(4), 436-464. <https://doi.org/10.1086/613006>
- Easterling, K. (2014). *Extrastatecraft: The Power of Infrastructure Space*. Verso.
- Edwards, P.N. (2019). *A Vast Machine: Computer Models, Climate Data, and the Politics of Global Warming*. The MIT Press.
- Edwards, P.N., Steven, J.J., Melissa K.C., Bowker, G.C., Christine, L.B., David, R., Matt, B. & Calvert, S. (2012). *Knowledge Infrastructures: Intellectual Frameworks and Research Challenges*. Deep Blue. <http://hdl.handle.net/2027.42/97552>
- Freire, N., Robson, G., Howard, J.B., Manguinhas, H. & Isaac, A. (2020). Cultural Heritage Metadata Aggregation Using Web Technologies: IIF, Sitemaps and Schema.org. *International Journal on Digital Libraries*, 21(1), 19-30. <https://doi.org/10.1007/s00799-018-0259-5>

- Gradmann, S. (2016). *Beyond Infrastructure. Beyond Infrastructure? Schmidt, Joyce ... and Kafka!* Electronic Text Reuse Acquisition Project (s. 111). Göttingen.
- Hagen, S.M. (2019). Lager strategi for kunstig intelligens. *Computerworld*. <https://www.cw.no/artikkel/digitalisering/lager-strategi-kunstig-intelligens>
- Harvey, A. & LaPlace, J. (u.å.a). Brainwash Dataset. *Exposing.ai*. <https://exposing.ai/brainwash/>
- Harvey, A. & LaPlace, J. (u.å.b). *MegaPixels*. <https://megapixels.cc>
- Henningsen, E. & Larsen, H. (2020). The Mystification of Digital Technology in Norwegian Policies on Archives, Libraries and Museums: Digitalization as Policy Imperative. *Culture Unbound: Journal of Current Cultural Research*, 12(2), 332-350.
- Indigitization: Tools for Digitizing and Sustaining Indigenous Knowledge (u.å.). Hentet 15. april 2021 fra <https://www.indigitization.ca>
- Jøseveld, R. (2016). A National Library for the 21<sup>st</sup> Century: Knowledge and Cultural Heritage Online. *Alexandria: The Journal of National and International Library*, 26(1), 5-14. <https://doi.org/10.7227/ALX.0037>
- Kaun, A., Velkova, J., Laaksonen, S.-M., Delfanti, A., Logsdon, A., Stierstedt, F., Lehtiniemi, T. & Ruckenstein, M. (2020). In the Shadows of the Digital Economy: The Ghost Work of Infrastructural Labor. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2020i0.11131>
- Kommunal- og moderniseringsdepartementet (2019). *Én digital offentlig sektor: Digitaliseringsstrategi for offentlig sektor 2019-2025*. [https://www.regjeringen.no/contentassets/db9bf2bf10594ab88a470db40da0d10f/no/pdfs/digitaliseringsstrategi\\_for\\_offentlig\\_sektor\\_rettet.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/db9bf2bf10594ab88a470db40da0d10f/no/pdfs/digitaliseringsstrategi_for_offentlig_sektor_rettet.pdf)
- Kulturdepartementet (2018). *Statsbudsjettet 2019 – tildelingsbrev til Nasjonalbiblioteket*. Brev til Nasjonalbiblioteket, 20. desember 2018. [https://www.regjeringen.no/contentassets/666fb1413e6d41338e6950eae6dc85832/tildelingsbrev\\_nasjonalbiblioteket\\_2019.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/666fb1413e6d41338e6950eae6dc85832/tildelingsbrev_nasjonalbiblioteket_2019.pdf)
- Larkin, B. (2013). The Politics and Poetics of Infrastructure. *Annual Review of Anthropology*, 42, 327-343. <https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-092412-155522>

- Leander, A. (2021). Parsing Pegasus: An Infrastructural Approach to the Relationship between Technology and Swiss Security Politics. *Swiss Political Science Review*, 27(1), 205-213.
- Lessig, L. (2005). CC in Review: Lawrence Lessig on Interoperability. *Creative Commons*. <https://creativecommons.org/2005/10/19/ccinreviewlawrencelessigoninteroperability/>
- Manovich, L. (2017). Cultural Data. I O. Grau (red.), *Museum and Archive on the Move: Changing Cultural Institutions in the Digital Era* (s. 259-276). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110529630>
- Markus, G. (2021). Exploring AI in the Cultural Heritage Sector. *Europeana Pro*. <https://pro.europeana.eu/post/exploring-ai-in-the-cultural-heritage-sector>
- Mattern, S. (2014). Library as Infrastructure. *Places Journal*. <https://doi.org/10.22269/140609>
- Michel, J.-B., Shen, Y.K., Aiden, A.P., Veres, A., Gray, M.K., The Google Books Team, Pickett, J.P., Hoiberg, D., Clancy, D., Norvig, P., Orwant, J., Pinker, S., Nowak, M.A. & Aiden, E.L. (2011). Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books. *Science*, 331(6014), 176-182. <https://doi.org/10.1126/science.1199644>
- Mukurto CMS (u.å.). Hentet 15. april 2021 fra <https://mukurto.org>
- Mulvin, D. (2021). *Proxies: The Cultural Work of Standing In*. The MIT Press.
- Nasjonalbiblioteket (u.å.a). *Digitizing at the National Library*. Hentet 15. april 2021 fra <https://www.nb.no/en/digitizing-at-the-national-library/>
- Nasjonalbiblioteket (u.å.b). *Mandat og strategi*. Hentet 15. april 2021 fra <https://www.nb.no/om-nb/mandat-og-strategi/>
- Nasjonalbiblioteket (2018). *IIIF-conference*. Hentet 21. juni 2022 fra <https://www.nb.no/hva-skjer/iiif-conference/>
- Ogundipe, A. (2019). *On the Matter of Participation: Examining a Nexus of Agency, Affordance, Atmosphere and Affect in Onsite and Online Art Museum Environments* [doktorafhandling]. NTNU. <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2637711>
- Parikka, J. & Bhowmik, S. (2019). *Memory Machines: Infrastructural Performance as an Art Method*. <https://doi.org/10.33767/osf.io/z3dc7>

- Parks, L. & Starosielski, N. (red.) (2015). *Signal Traffic: Critical Studies of Media Infrastructures*. University of Illinois Press.
- Pechenick, E.A., Danforth, C.M. & Dodds, P.S. (2015). Characterizing the Google Books Corpus: Strong Limits to Inferences of Socio-Cultural and Linguistic Evolution. *PLOS ONE*, 10(10), e0137041. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0137041>
- Pellandini-Simányi, L. & Vargha, Z. (2021). Legal Infrastructures: How Laws Matter in the Organization of New Markets. *Organization Studies*, 42(6), 867-889. <https://doi.org/10.1177/0170840619835245>
- Peters, J.D. (2016). *The Marvelous Clouds: Toward a Philosophy of Elemental Media*. The University of Chicago Press.
- Pipkin, E. (2020). On Lacework: Watching an Entire Machine-Learning Dataset. *Unthinking Photography*. <https://unthinking.photography/articles/on-lacework>
- Plantin, J.C., Lagoze, C., Edwards, P.N. & Sandvig, C. (2018). Infrastructure Studies Meet Platform Studies in the Age of Google and Facebook. *New Media and Society*, 20(1), 293-310. <https://doi.org/10.1177/1461444816661553>
- Prabhu, V.U. & Birhane, A. (2020). *Large Image Datasets: A Pyrrhic Win for Computer Vision?* <https://arxiv.org/abs/2006.16923>
- Rustad, K. (2006). Our Digital Heritage as Source Material to End-Users: Collection of and Access to Net Publications in The National Library of Norway. *Journal of Digital Asset Management*, 2(3), 172-177. <https://doi.org/10.1057/palgrave.dam.3650032>
- Skare, R. (2020). Like, Share and Comment! The Use of Facebook by Public Libraries and Museums: A Case Study from Tromsø, Norway. I R. Audunson, H. Andresen, C. Fagerlid, E. Henningsen, H.-C. Hobohm, H. Jochumsen, H. Larsen & T. Vold (red.), *Libraries, Archives and Museums as Democratic Spaces in a Digital Age* (s. 207-224). De Gruyter Saur. <https://doi.org/10.1515/9783110636628-010>
- Srikanth, A. (2021). Ivy League Librarian Says Libraries Reinforce White Supremacy. *The Hill*. <https://thehill.com/changing-america/respect/diversity-inclusion/553179-ivy-league-librarian-says-libraries-reinforce>



- Star, S.L. (1999). The Ethnography of Infrastructure. *American Behavioral Scientist*, 43(3), 377-391. <https://doi.org/10.1177/00027649921955326>
- Star, S.L. & Ruhleder, K. (2012). Steps toward an Ecology of Infrastructure: Design and Access for Large Information Spaces. *Information Technology and Organizational Transformation: History, Rhetoric, and Practice*, 7(1), 305-346. <https://doi.org/10.4135/9781452231266.n11>
- St.meld. nr. 24 (2008-2009). *Nasjonal strategi for digital bevaring og formidling av kulturarv*. Kulturdepartementet. [https://www.regjeringen.no/contentassets/7bb29625370849a6b3d23a0e8a37e69b/pdfs/stm200820090024000nb\\_pdfs.pdf](https://www.regjeringen.no/contentassets/7bb29625370849a6b3d23a0e8a37e69b/pdfs/stm200820090024000nb_pdfs.pdf)
- Svensson, P. (2019). *Humanistisk infrastruktur*. Riksbankens Jubileumsfond. [http://www.rj.se/globalassets/rapporter/rj\\_wrapport\\_2019-1\\_190508.pdf](http://www.rj.se/globalassets/rapporter/rj_wrapport_2019-1_190508.pdf)
- Takle, M. (2009). *Det nasjonale i Nasjonalbiblioteket*. Novus.
- Takle, M. (2010). National Reproduction: Norway's New National Library. *Nations and Nationalism*, 16(4), 2010, 753-77.
- Tank, E. (2015). *Fremtidens bibliotek – set fra Norge*. Danmarks Biblioteksforening. <https://db.dk/bladartikel/fremtidens-bibliotek-set-fra-norge/>
- Thylstrup, N.B. (2019). *The Politics of Mass Digitization*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/11404.001.0001>
- Thylstrup, N.B. (2022). The Ethics and Politics of Datasets: Deleting Traces and Encountering Remains. *Media, Culture & Society*, 44(4), 655-671. <https://doi.org/10.1177/01634437211060226>
- Vaidhyanathan, S. (2018). *Antisocial Media: How Facebook Disconnects Us and Undermines Democracy*. Oxford University Press.
- Younes, N. & Reips, U.-D. (2019). Guideline for Improving the Reliability of Google Ngram Studies: Evidence from Religious Terms. *PLOS ONE*, 14(3), e0213554. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0213554>



# Withdrawal and disconnection in times of quarantine

Pepita Hesselberth

«This has been the decade of disconnection,» ran one headline from *The Times* on December 30, 2019.<sup>1</sup> Examples range from digital detoxes to Quit Facebook Day, from Brexit to France’s Gilets Jaunes, from Elon Musk’s envisioned exit to Mars to the upsurge in yoga and wellness retreats. In a culture obsessed with social networking, participation, and connectivity, the possibility that one might «opt out,» «exit,» «unplug,» «disconnect,» or «withdraw» came to be a burgeoning preoccupation in the 2010s and showed no signs of abating. But the era of disconnection came to a screeching halt in March 2020, when SARS-CoV-2, commonly known simply as «the coronavirus,» started to ravage the globe, and governments worldwide, in an attempt to contain the virus or at least «flatten the curve,» began to impose various forms of quarantine and lockdown measures.

This situation, in many ways, runs contrary to the phenomena I have addressed in my project *Disconnectivity in the Digital Age*, which started in 2016 and is now slowly drawing to a close. The aim there

---

1 Foges 2019.

was to develop a conceptual framework for understanding the cultural and socio-political implications of voluntary disconnectivity, understood as the psychic, socioeconomic, and/or political *withdrawal* from mainstream forms of connectivity. The project began by reflecting on the public and scholarly debates on strategies of media avoidance, media refusal, and media disruption. Then it studied other forms of disconnection and withdrawal, whether actually practiced or simply longed for, such as the «digital detox» and its historical precedents,<sup>2</sup> the present surge in off-the-grid living initiatives,<sup>3</sup> the leaving academia debate,<sup>4</sup> the idea of therapeutic disconnection and the notion of «retreat,»<sup>5</sup> and the politics of withdrawal more generally.<sup>6</sup> While these phenomena vary greatly, they converge in that they all signal a widely shared contemporary gesture of withdrawal – a desire to take some distance from the frenetic present, to divest oneself from the status quo (again: whether this desire is acted upon or not). The logic of quarantine and lockdown, invested in keeping the rhythms of late capitalism beating (albeit at a later stage), seems diametrically opposed to such a gesture of withdrawal.<sup>7</sup> Yet, as I hope to show, the logic of quarantine and lockdown has reinvigorated the paradox of dis/connectivity in curious ways. Let me note a few observations.

At the time of writing, winter 2021-22, we are nearly a year into the pandemic. In much of the world public gatherings remain prohibited, social (read: physical) distancing and remote work have become the «new normal,» and education largely takes place from home. Even more severe lockdowns loom, potentially, in part due to the arrival of more

---

2 Hesselberth 2018; Hesselberth 2021a.

3 Hesselberth 2019.

4 Hesselberth 2020.

5 Hesselberth 2021b.

6 Hesselberth & de Bloois 2020b; Hesselberth & de Bloois (red.) 2020a.

7 Hesselberth & de Bloois 2020b: 10. Italian philosopher Giorgio Agamben, expectedly, has criticized the lockdowns and closures as a form of techno-medical despotism representative of «the new regime of biosecurity» for precisely this reason. See Agamben 2020, 2021.

contagious and possibly deadlier coronavirus variants. While the lockdowns have urged (if not forced) entire (parts of) populations to retreat, disconnect, and withdraw from the public sphere (most often into their homes), at the same time, and ironically, these measures have also prohibited people from accessing their usual outlets of retreat, disconnection, and withdrawal<sup>8</sup> – the gym, the streets, the wellness retreat. Overcrowded natural resorts and construction markets, a rediscovery of local tourism, and pandemic booms in inline skating and rollerblading number amongst the consequences of the contemporary situation.<sup>9</sup>

By the first few months of the pandemic, the vast majority of the cultural sphere in the global West had moved *online*, evident in a new normal of Zoom birthday parties, Skype get-togethers, FaceTime happy hours, and Whereby sharing circles. Forced to temporarily suspend in-person social gatherings, or so it seems, people began reinventing social life using digital tools. «The Coronavirus Ended the Screen-Time Debate. Screens Won,» ran a *New York Times* headline on March 31, 2020.<sup>10</sup> Indeed, many of us have been keen to throw off the shackles of screen-time guilt (if only for the duration of the pandemic shutdown) so that we can stay in touch with friends and family, maintain some sense of a social life, or simply to stay fit and/or employed. But the digital surge has also supercharged existing trends towards more online shopping, more remote (e-)learning, and even more flexible working conditions. It comes as no surprise, then, that the lockdowns have revived, if not intensified, the discussion on the «right to disconnect» – the controversial law, and according to Wikipedia, proposed human right that was the original point of departure for my project in 2016.<sup>11</sup>

---

8 For a more specific commentary on the relation between free time and the fantasy of disconnection and withdrawal, see Hesselberth 2021b.

9 See for example ABC New 2020; Segura 2020; (or out of your window).

10 Bowles 2020.

11 This for example becomes clear from a recent campaign launched by the European trade union federation, UNI Europa, advocating the right to disconnect. See UNI Europa 2020.

The overall mindset of both the quarantine and the digital surge, however, has seemingly from the outset been one that seeks to maintain business as usual and uphold «normalcy» as much as possible, albeit in real time (as opposed to in real life). Yet one cannot help but observe how the initial lockdowns were readily hailed, perhaps most notably by those working in academia, as a welcome interruption, a much-needed break from the congested (work)flow of everyday life under the conditions of neoliberalism: the ever-present attention economy, the packed hours, the endless social obligations, the commutes and frequent flying, the infinite admin, the always-on culture, the overall consumerism and, more generally, the lack of human scale in all of the above. As Bruno Latour has pointedly remarked, there is an «unforeseen coincidence between a general confinement and a period of Lent»: doing nothing and having nowhere to go *can* be a great opportunity to turn inwards and reflect on what is good and what is not (albeit only for a happy few).<sup>12</sup>

In public discourse, the pandemic triggered similarly contradictory responses. On the far left, the event was soon cast as a testament to a world – an ecology and a social-economic system – already damaged and corrupted (the environment, the inequality, the state, the media!) as well as an «opportunity to push back.»<sup>13</sup> There are «lessons to be learned» Kathrine N. Hayles, for example, wrote in April 2020: «Notwithstanding its devastating effects, the pandemic invites us to think new thoughts, try out novel ideas, and suggest formulations that can lead to better futures for us and for the more-than-human organisms with which we share the planet.»<sup>14</sup> Meanwhile, commentaries on the far

---

12 Latour 2020: 25. Indeed, doing nothing and having nowhere to go *can* be a great opportunity to turn inwards and reflect on what is good and what not, albeit only for a happy few. For, as many have pointed out before me, self-isolation, social distancing and quarantine are a privilege not everyone can afford. See D'Eramo 2020; Bonhomme 2020; Mbembe 2020.

13 The quote Klein's 2020 but the examples are numerous and include essays by Žižek 2020, Berardi 2020; with Petrossiants 2020, Butler 2020, and many others.

14 Hayles 2020: 72.

right reveal a different kind of dis/connect. As soon as the pandemic struck the world, speculations and online falsehoods about what *really* was going on (with China, 5G wireless technology, the economy, the virus, masks, state control, et cetera) went viral; conspiracy theories still abound. In addition, the sterner lockdowns of late 2020 and early 2021 in Europe and elsewhere prompted demonstrations, even violent protests across the global West that are fueled as much by ideological fury as by fears of economic destitution.

In this article, I will reflect on the paradox of dis/connectivity during COVID-19 by looking – paradoxically perhaps – at some of the new *online* platforms and gestures of social, political, and cultural withdrawal and disconnection emerging out of the present situation. In particular, I will look into, first, the phenomenon of COVID boredom and the rise of the quarantine meme; second, the «online super-spreader» and the hashtag #ikdoenietmeermee (#I-no-longer-participate); and finally, Zoom aesthetics and the present surge of online (meditation) retreats. In «Discourses on Disconnectivity,»<sup>15</sup> I stake a claim for the importance of considering the discourses on dis/connectivity as a structuring paradox through which the limits of our current «culture of connectivity» are forcefully negotiated. The article is not intended to be theoretical; it aims, above all, to speculate on what remains of the paradox of dis/connectivity in the time of COVID-19, when people find themselves increasingly disconnected from the flow of everyday life and yet are coerced to connect through online media in unprecedented ways.<sup>16</sup>

---

15 The term «paradox of dis/connectivity» is derived from Hesselberth 2017, and has been a common thread.

16 For a literary overview on the «discourses on disconnectivity» bridging various strands within the fields of media studies, sociology, and continental philosophy see Hesselberth 2017. Since its publication, a number of groundbreaking publications have come out on the topic bridging yet more fields, including (but certainly not limited to) Tero Karppi's *Disconnect: Facebook's Affective Bonds* (2018); Trine Syvertsen's *Digital Detox: The Politics of Disconnection* (2020); Urs Stäheli's *Sociologie der Entnetzung* (2021) and the volume *Disentangled: Geographies of Disconnection* edited by Janson and Adams (2021). It falls beyond the scope of this article to do these publications justice here.

## COVID boredom and the rise and fall of the «days of quarantine» meme

Of all the memes that started to trickle in on my phone a few days into the first Dutch lockdown, the short videos counting the «days of quarantine» are, to me, amongst the most interesting.

### *1e día de quarentena [first day of quarantine]*

A medium long shot from below of an interior space, a living room perhaps, facing a sliding door that gives access to an adjacent busy kitchen. Entry from the bottom right of the screen: a grown man wearing a swimsuit crawling on his belly on a skateboard; pause. Re-entry from the left: now dressed as a cyclist, he rides a tricycle; pause. Re-entry from the right: he sprints in running gear.<sup>17</sup>

### *Segundo Dia Casa [second day at home]*

A tall, long-haired man wearing tight pants, a white turtleneck, sunglasses, and a set of headphones bends over a gas stove spinning the burners, turning the knobs, and flashing the hood light to the sound of a pulsing beat.<sup>18</sup>

### *Dia 3 [day 3]*

A sock-gloved hand that looks like something halfway between a snake and a Pac-Man figure looms in front of an urban window, seizing cars that pass by, making arcade sounds with every catch.<sup>19</sup>

### *Dia 4 [day 4]*

A man sits on a couch reading a magazine when the voice of a youngster pierces the room: «Papa, Papa.» He quickly grabs a piece of

---

17 Unable to retrieve.

18 Romero 2020.

19 Eastcoast78 2020.



cardboard and flips it in front of him. Thus blended perfectly with the couch, the man appears absent. A girl enters: She sighs «Oh no...», and off she goes again.<sup>20</sup>

*Day 5 of Quarantine.*

A close-up of a chubby tattooed guy wearing nothing but a yellow hat and covered partially by a towel. He rhythmically swings a coin in front of the camera lens, then steps back, mouths a cigarette and drops the towel, swinging his junk in sync with the pendulum that comically preserves his modesty.<sup>21</sup>

*Nach 2 Wochen Quarantäne im Zimmertal [after two weeks of quarantine in Zimmertal]*

A young man in a dressing gown on a veranda dully stirs a spoon in his breakfast cup. The birds sing. From his cup: the sound of a cowbell, then, to his dull surprise, from his mouth: the bellowing of a cow.<sup>22</sup>

What these memes, however different, share is their implicit linkage of self-isolation to boredom. «During the pandemic,» Julian Jason Haladyn writes in *The Conversation*,<sup>23</sup> «‘boredom’ has become a code word for any experience in which people feel disconnected, when life appears meaningless or uninteresting.» Indeed, many of us will be familiar with the experience of time abruptly slowing down during the initial phase of the first lockdown – an experience that, one French study shows, cannot be explained by the levels of perceived stress and anxiety attributable to the virus outbreak. Rather, this sort of condition seems to have been triggered above all by a felt increase of free-time

---

20 Unable to retrieve. (This is the original video. The video in fact pre-dates the Covid-19 outbreak but started to go viral with changing headers counting days of quarantine when the lockdowns went into effect.)

21 Unable to retrieve.

22 Vol.at 2020.

23 Haladyn 2021.

boredom, experienced as a mind-numbing state of suspension<sup>24</sup> but also a prompt for varied forms of creativity, humor, and playfulness. Indeed, both online and offline, people report feeling increasingly stuck in a *Groundhog Day* haze: having too much time on our hands, lacking meaningful activities to engage in, every day of lockdown feeling the same, and we look for ways to break the spell. The future uncertain, life itself seems to have been put on hold. To cope with the heightened state of distraction that comes with the pandemic, searching for some remedy, we tend to engage in work, Irina Dumitrescu and Caleb Smith observe in «Demons of Distraction,»<sup>25</sup> that we know was once fundamental: «Cloistered away like so many monks, we seek solace in regularity [scheduled activities], rituals of community [Zoom socials], and working with our hands [we bake bread, we craft, we garden].»<sup>26</sup> The challenge, still, is our own restlessness – the monk’s *acedia*: «a feeling of being unhappy in one’s place that could spiral into down-right depression.» Unfortunately, Fernandez and Matt<sup>27</sup> argue, today’s culture and technologies have left us ill-equipped to deal with the situation.

Indeed, if boredom marks «a crisis of agency»<sup>28</sup> and «signals deficits in attention and meaning,»<sup>29</sup> then COVID boredom manifests these features in unprecedented ways. Frustrated by our inability to pay attention, we *want* to engage but have lost interest in what we can engage in, James Golby argues. Bored by our own boredom, he claims, we have now «emerged, apathetically, into post-boredom.»<sup>30</sup> Haladyn makes a similar claim:

---

24 Droit-Volet mfl. 2020.

25 Dumitrescu & Smith 2020.

26 The examples added in footnotes are mine, but also recur throughout the text.

27 Fernandez & Matt 2019; 2020.

28 Danckert & Eastwood 2020: 48.

29 Westgate 2019.

30 Golby 2020.

To solve the problem of our boredom we add layers to the things we are already doing. If bingeing a TV program feels pointless, we start bingeing several programs simultaneously. We engage in more – more watching, more buying, more rethinking our lives – to hyper-stimulate ourselves. But the ironic effect of these added activities seems to be more boredom.<sup>31</sup>

Where Haladyn links COVID boredom to clinical depression, for me the diagnosis «bored-out»<sup>32</sup> seems apt: a mental state of stress and suffering caused by a lack of intellectual and creative stimuli and satisfaction, which in turn prompts subjects to overcompensate by (playing at) being busy.<sup>33</sup>

Back in March 2020, however, everyone was still trying to combat COVID boredom with productive self-improvement activities in lockdown, resulting in entire genres of memes being spawned. The «days of quarantine» memes stand out here in their conspicuous and playful *flaunting* of the boredom on display. The activities engaged in are in utter jest: skits and silly reenactments (day 1, day 2), pointless pastimes (day 3, day 5), and performances of weary withdrawal (day 4 and after 2 weeks). The memes are emblematic of the paradox of dis/connectivity in more than one sense. After all, the activities shown are anything but pointless and disconnected (here in the sense of being stuck, cut off from the world). Clearly staged to be circulated online, the conspicuous flaunting of boredom and disconnection must be understood within our current «culture of connectivity.»<sup>34</sup> It is here that the memes signal another form of disconnection, understood as withdrawal or world-weariness. For, as Dumitrescu and Smith point out, since human attention has become a resource that can

---

31 Haladyn 2021.

32 Werder & Rothlin 2008.

33 To this I would add: it takes a «burnout society,» as theorized by Han 2015, to land in a collective state of *bore-out*.

34 Dijck 2013.

be economically exploited (e.g., in the form of the «free labor»<sup>35</sup> we provide to media overlords such as Google and Facebook by «clicking» and «liking» – which turns our work into data, and thus surplus value), it has become increasingly more attractive to engage in work that is markedly unproductive, indeed pointless. Within this context, the actions displayed in the «days of quarantine» memes find «another use as a steadying anchor.» Its work, so to speak, «serves as a therapeutics of attention»<sup>36</sup> while still being part and parcel of the attention economy. Lastly, the «days of quarantine» memes can be seen to dis/connect in another way, as they beget and fortify a sense of solidarity and togetherness, of being bored *together*. Here the «days of quarantine» memes can be likened to the pandemic dance boom. The boom started when a series of memes from quarantined Italians singing and dancing on their balconies during lockdown started to go viral. Next came the video of the dancers of the Opera National de Paris, who performed to Prokofiev's *Romeo and Juliet* from their homes. The pandemic dance boom peaked with the *Jerusalemma* dance challenge and its many spin-offs (perhaps *the* best symbol of worldwide dis/connection during the first months of the pandemic). These memes, like the «days of quarantine» memes, convey and speak to a sense of solidarity and unity much longed for around that time – a sense of (still) being connected in being disconnected.

## Online super-spreaders: conspiracy theories, anti-lockdown protests and the hashtag #ikdoenietmeermee

Another manifestation in public discourse of the paradox of dis/connectivity is what has come to be known as «COVID-19 misinformation

---

35 Terranova 2000.

36 Dumitrescu & Smith 2020.

super-spreaders»: conspiracy theories, false stories, and hoaxes expressing mistrust towards, opposition to, and/or a categorical refusal to go along with the containment measures imposed by the established political order or the establishment more generally. Examples are numerous and rarely generic,<sup>37</sup> but a particularly striking example from the Netherlands will suffice here.

In September 2020 the Netherlands was startled by a group of «dissident» influencers, who, all at once and seemingly without warning, launched a coordinated campaign across each of their Instagram and YouTube channels disputing the COVID-19 containment measures under the hashtag #ikdoenietmeermee (#I-no-longer-\_participate). The launch followed an eventful week. The infection rate had just started to rise again, prompting the government to announce new regional measures limiting group size and the operating hours of bars and restaurants. Even so, soccer fans were allowed back into the stadiums again, as it was the start of a new soccer season. Soon images of exuberant fans started to go viral. Asked for a response when shown these viral videos on public television, the Dutch prime minister Mark Rutte, the leader of the liberal-conservative VVD, somewhat impatiently stated: «Just don't do it. It's utterly stupid. We won't get the virus under control this way. [...] Just shut up, sit down and watch the game. And don't shout. It's possible.»<sup>38</sup> The #ikdoenietmeermee campaign was launched that same evening. In a series of identical video messages lasting a few seconds and posted on social media, about 70 influencers and other «famous Dutch persons» were shown voicing the statement:

Only *together* can we get the government under control.

---

37 See for instance McDonald N.d. for a topic range and list of accounts spreading misinformation about COVID-19 on Twitter.

38 «Je moet het gewoon niet doen, het is heel dom, want hiermee krijgen we het virus niet onder controle. Vandaag lopen de aantallen ook weer op. Gewoon je bek houden als je er zit en naar de wedstrijd kijken. En niet schreeuwen. Het is te doen.»

*I no longer participate.*

*Free the people.*<sup>39</sup>

The statement is an obvious distortion of the state's COVID campaign slogan «only together can we get the *virus* under control» (italics added). The protest came with a long list of questions and a demand for more «clarity, honesty, and transparency» with regard to the government's policies related to COVID-19 and its attempted containment of the virus. Some even added a disgruntled exclamation of anticipatory defiance: «No, I am not 'shutting up'!»

Though ultimately deemed a failure (for reasons that will become clear below), the #ikdoenietmeermee campaign triggered quite a controversy that is worth a brief look here. In the days after its launch, the campaign was met with outrage and disbelief amongst politicians and scientists, followers and fellow influencers, healthcare workers and those afflicted with COVID-19 alike. Even so-called mainstream media outlets responded. The daily late-night talk show *Jinek* invited Famke Louise, one of the influencers involved in the campaign, onto the program; soon Louise would, in her own words, be «designated as a potential spokesperson» for the campaign. With her at the table was Diederik Gommers, head of the Dutch Association of Intensive Care and member of the Dutch Outbreak Management Team (OMT). Where Louise drew harsh criticism in the days that followed for her admittedly weak appearance on the show, Gommers visibly took note of the frustration underpinning her gesture of refusal and withdrawal. He later stated that the conversation had been «a wake-up call,» prompting him «to start thinking very critically about how we [the OMT] are going to do this differently from now on.»<sup>40</sup> Meanwhile, the daily news-

---

39 «Alleen *samen* krijgen we de overheid onder controle | *Ik doe niet meer mee* | *Free the people.*» [switch to English in the original, translation mine].

40 Wagemans 2020.

paper *NRC Handelsblad*<sup>41</sup> had disclosed that the campaign was not a spontaneous action (as it had seemed) but in fact had emerged from a WhatsApp group hosted by Willem Engel, figurehead of the conspiracist citizens' initiative *Viruswaarheid* («virus truth») formerly known as *Viruswaanzin* («virus madness»). Engels, the journalists suggested, had been trying to mobilize Dutch celebrities on behalf of his cause for some time. In what stands out for me as one of the most remarkable episodes in viral media history, in less than 48 hours Famke Louise and most of the other «dissident» influencers had withdrawn their statement of withdrawal. Some did so furtively, whereas others, like Louise, made public statements. Using her Instagram account to broadcast the message, she declared that it had never been her intention to be disrespectful or promote civil disobedience, and although she was still «full of questions,» she now felt she had to take responsibility and retract her support for the campaign. Meanwhile, Gommers announced that the conversation had inspired him to open his first Instagram account (an instant hit),<sup>42</sup> launching an initiative, together with Louise, dedicated to answering critical questions from youth feeling infuriated and disconnected in the midst of the COVID crisis.

While the example of the hashtag #ikdoenietmeernee is markedly specific, a few generalizations can be made about the paradox of dis/connectivity in times of mass quarantine. First, the tone the campaign speaks to, and is characteristic of, is the conspiracist tone and misinformation undergirding most of the anti-lockdown protests. While it may seem counterintuitive to consider such viral events as a form of disconnection, they nonetheless signal a withdrawal of sorts. The hashtag reads: «I no longer wish to participate [in the status quo] and thus disconnect.» Disconnection, here, is understood not so much in terms of our online or offline behavior, but rather more in the political sense, with Agamben, as a retreat (or withdrawal) from what

---

41 Kouwenhoven & Heck 2020.

42 Gommers n.d.

we assume «the political» to be.<sup>43</sup> Crucial to such a gesture of withdrawal is that the disconnect (from the world) often signals a desire to rearticulate our attachment and thus connection to it, albeit often in a different form. These two features are not unrelated. For second, and significantly, the disconnection or withdrawal invoked by the campaign reflects an analogous shift that took place long before the «dissident» influencers took the stage in mainstream media. While the channels of YouTube and Instagram influencers can hardly be considered alternative media in any strict sense of the phrase, their popularity as resources for news and (mis)information are indicative of a changing media landscape in which social media platforms have introduced a process of marginalization for (traditional) mainstream media, at least for some groups of people, including members of younger generations, and have made the «fringe» mainstream. This I consider to be a second dis/connect.

## Zoom aesthetics and the online mediation retreat

Of all the teleconferencing platforms emergent due to the new reality of «social distancing» (or «physical distancing»), Zoom has seen the most dramatic uptake. In the period from December 2019 to March 2020 alone, the platform grew from 10 million to 200 million daily users, and its user base continued to increase over the course of 2020.<sup>44</sup> By the end of 2020, the application topped Apple's lists of most downloaded non-game apps for both the iPhone and the iPad.<sup>45</sup> Originally designed for remote working and intra-company communications, the platform grew exponentially when Zoom Video Communications decided to open up its base-level free accounts to run for 24 hours (instead of

---

43 Agamben 2016.

44 Konrad 2020.

45 Cawley 2020.



40 minutes) – a moment that coincided with the introduction of the first lockdowns. The platform turned into a social media platform almost overnight, as «employees and students who were directed to use Zoom by their organizations and institutions opted to stay on the platform at the end of the working or learning day.»<sup>46</sup> No longer just used for day-to-day work-related communications, the platform has since been used for cocktail and dinner parties, book clubs, yoga classes, church congregations, nursery meet-ups, even weddings. It also has become the go-to platform to facilitate the present surge of online yoga and meditation initiatives and virtual retreats.

On Tuesday, November 17, 2020, I entered a five-day silent meditation retreat organized by a Buddhist meditation center in the tradition of Plum Village called, in Dutch, *De Maanhoeve* (the moon farm), which I have visited many times. The resort's quiet meditation hall usually accommodates up to 50 people, and its gorgeous Zen garden has offered many visitors a sense of inner peace. This time around, however, the retreat was to take place online, offered free of charge via Zoom. Indeed, since the beginning of the pandemic, mindfulness and meditation centers around the global West have embraced online technologies to offer «coronavirus support.» As Wim and Ida of *De Maanhoeve* observe on their website, «many people are deeply affected by the consequences of the presence of the coronavirus.»<sup>47</sup> Given such conditions, they state, a retreat may cater to our need to *do* something, while simultaneously offering us a chance to pay attention to the stress and anxiety that are triggered by these strange lockdown times.

Admittedly, I was skeptical at first. The idea that the retreat was to take place online appears incommensurable with the notion of retreat itself.<sup>48</sup> We go online to disconnect from our daily routines using the

---

46 Gat 2020.

47 Unable to retrieve (translation mine).

48 On the controversy of the notion of «retreat» in the neoliberal context, see Hesselberth 2021c.

same tools that are largely constitutive of those routines. We seek to withdraw from the pressures of our performance-oriented society and the current economy of attention,<sup>49</sup> and in a crushing leveling of differences, we can do so only from the same space, sitting in the same chair and looking at the exact same sort of proportioned screen that now mediates everything else we do. We vow to nurture inner growth and to reflect deeply in order to change ourselves and the world around us, and yet, online, a click of a button (or an intrusive notification) away, email is calling, as is the nonstop livestream of pandemic news. We seek to connect more profoundly to ourselves and to others by practicing mindfulness in a community, but within the digital realm of Zoom, those others are reduced to a grid of faces with minimal variation, creating an aesthetic often likened to the opening credits of the American sitcom *The Brady Bunch* (1969–1974) or the long-running game show *Hollywood Squares*, an interface that is now emblematic of our new digital working lives. Meanwhile, everyone is suffering from Zoom Fatigue, a phenomenon described by Jena Lee<sup>50</sup> as «the tiredness, worry, or burnout associated with overusing virtual platforms of communication» that by April 2020 was so common that the term started to trend on Google.<sup>51</sup> Today, one can find countless online self-help (!) instructions on how to avoid the fatigue that drains you and yet stay connected and – above all – employed.

To my surprise, however, the online retreat worked wonderfully well, to the extent that one can ever say a meditation retreat «works» – for what is «to work,» after all, if the practice is not to direct, not to aim one's strength, to do nothing, to just sit. In part, I suspect, its efficacy

---

49 In the «attention economy» human attention is treated as a scare commodity, a resource that can economically be exploited. See for instance Crawford 2016 and Davenport & Beck 2001.

50 Lee 2020. I believe it was Wolf 2020 who coined the term. Also see, for example, Jackson-Wright in *Wired* 2020, Jiang on *BBC Worklife* 2020, and Sander and Bauman on *TED Ideas* 2020.

51 Zoom fatigue.

had to do with the simple fact that most of the participants were already well versed in the practice of meditation. The commitment to participate fully, here, wielded a stick: the daily schedule of activities was designed to help participants spend their days in mindful meditation, unburdened by the question of what to do next. But, of course, discipline was demanded. During breaks, email, instant messages, and the COVID-19 news feed would be looming – all within reach on the devices that participants are usually encouraged to leave behind or at least switch off at the start of a retreat but that were now indispensable. Also within reach was the bulk of daily chores: making breakfast, cooking dinner, doing the dishes, laundry, tidying up – where such responsibilities are generally taken out of the hands of participants in on-site retreats, here they continued unabated. And yet, as Zoom’s aesthetics of minimal variation (the grid) undeniably instilled a sense of relative anonymity, the simple fact that we, the participants, spent so many hours together in silent meditation, while occasionally listening to what one another shared, mobilized a sense of community, even if the screen did not and cannot fill the void of not being able to practice in an in-person setting.<sup>52</sup>

So, if the retreat, as I have argued elsewhere,<sup>53</sup> can be seen as one of the central figures of the paradox of dis/connectivity that marks our times, then the *online* retreat *in a time of quarantine* is now a tripartite figure of this paradox. Indeed, there is something remarkable about going on a retreat when everyone is ordered to remain self-isolated – to isolate in a time of collective isolation, so to speak. Catherine Malabou’s reflections on this redoubled quarantine (which, like Jean

---

52 I entered the retreat together with my wife who was then nine months pregnant and due to deliver on Thursday the 19<sup>th</sup>. We dropped out of the retreat on the evening of the 21<sup>st</sup>: contractions had started. At 4:22 A.M. the next morning our son was born. When we returned to share our news during the closing session, nearly everyone was crying. This is what our son was born into: a changed world, a strange world, a dis/connected world – a community in retreat, open hearts abound.

53 Hesselberth 2021c.

Jacques Rousseau, whose reflections on his exile (Malabou extensively draws upon, she finds in writing) are worth citing here at some length. Quarantine, Malabou writes, «is only tolerable if you quarantine from it – if you quarantine within the quarantine and from it at the same time, so to speak.»<sup>54</sup> It is solitude, she argues, that makes confinement bearable. To take refuge in the island within the self. «Such,» Malabou continues, «is perhaps the most difficult challenge in a lockdown situation: to clear a space where one can be on one's own while already separated from the community.»<sup>55</sup> The online retreat, I suggest, may offer such an opportunity to clear a space to be on one's own, even if, or arguably precisely because, it is practiced in a community at a distance. As Malabou writes: «Social distance is never powerful enough to strip one from what remains of the social in the distance.»<sup>56</sup> In fact, she writes, «it is necessary to know how to find society within oneself in order to understand what politics means. [...] an epochè, a suspension, a bracketing of sociality, is sometimes the only access to alterity, a way to feel close to all the isolated people on Earth.»<sup>57</sup> This is precisely how Joost de Bloois and I have theorized the «politics of withdrawal»: to renounce the world in order to reconnect and reconstruct.<sup>58</sup>

## Coda

As I have argued, lockdown and the ensuing digital surge fit the (re) current reinvention of the neoliberal «order of reason»<sup>59</sup> – commonly known as third-wave neoliberalism – all too well. As the discourse of necessity reigns ever more supreme, the containment measures

---

54 Malabou 2020.

55 Malabou 2020.

56 Malabou 2020.

57 Malabou 2020.

58 Hesselberth & de Bloois 2020b: 3.

59 Brown 2017: 49.

seem to be directed, above all, towards defending the pre-crisis *status quo ante* in the name of necessity and the common good. It is for this reason that it is so important to pay heed to the gestures of withdrawal or disconnection discussed above, however grand or minute, online or in «real life,» and whether or not they accrue dramatic density. The conspicuous boredom displayed in the days of quarantine memes, the concerns expressed in the non-event of the I-no-longer-participate campaign, or the disconnect/reconnect sought after in the online retreat: all are clear manifestations of the paradox of dis/connectivity in continuous effect during a time of quarantine. It is in the perceived tension between the two that our new (digital) reality is taking shape and continues to be negotiated. These phenomena *matter*, I hope to have shown, because they reveal potential fissures in our existing reality, instances of in-operativeness in the known forms of sociality (enacted or searched for) – and it is in and through these fissures that change *may* take place.<sup>60</sup>

## References and sources

- ABC News (2020, July 30). *Roller skating makes a comeback during COVID-19* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=2HyzBJqaAoQ&ab\\_channel=ABCNews](https://www.youtube.com/watch?v=2HyzBJqaAoQ&ab_channel=ABCNews)
- Agamben, G. (2016). *The Use of Bodies*. Stanford University Press.
- Agamben, G. (2020, May 15). Biosecurity and Politics. *Medium*. <https://d-dean.medium.com/biosecurity-and-politics-giorgio-agamben-396f9ab3b6f4>
- Agamben, G. (2021). *Where Are We Now? The Epidemic as Politics*. Eris Press.
- Berardi, F. (2020, March 18). Diary of the psycho-deflation. *Verso*. <https://www.versobooks.com/blogs/4600-bifo-diary-of-the-psycho-deflation>

---

60 This article was made possible with the generous support of Arts Council Norway and the Leiden Centre for the Arts in Society. I thank Jim Gibbons and the (anonymous) reviewers of this volume for their comments on an earlier draft of this article.

- Bonhomme, E. (2020, May 18). COVID-19 and Inequality: The Racialization of Pandemic. *International Science Council*. <https://council.science/current/blog/covid-19-and-inequality-the-racialization-of-pandemics/>
- Bowles, N. (2020, March 31). Coronavirus Ended the Screen-Time Debate. Screens Won. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2020/03/31/technology/coronavirus-screen-time.html>
- Brown, W. (2017). *Undoing the Demos: Neoliberalism's Stealth Revolution* (Reprint edition). Zone Books.
- Butler, J. (2020, March 30). Capitalism Has its Limits. *Verso*. <https://www.versobooks.com/blogs/4603-capitalism-has-its-limits>
- Cawley, C. (2020, December 7). Zoom Is Apple's Most Downloaded App of 2020. *Tech.co*. <https://tech.co/news/zoom-apple-most-downloaded>
- Crawford, M.B. (2016). *The World Beyond Your Head: On Becoming an Individual in an Age of Distraction* (Reprint edition). Farrar, Straus and Giroux.
- Danckert, J. & Eastwood, J.D. (2020). *Out of My Skull: The Psychology of Boredom*. Harvard University Press.
- Davenport, T.H. & Beck, J.C. (2001). *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business Review Press.
- D'Eramo, M. (2020). The Philosopher's Epidemic. *New Left Review*, 122, 23–28.
- Droit-Volet, S., Gil, S., Martinelli, N., Andant, N., Clinchamps, M., Parreira, L., Rouffiac, K., Dambrun, M., Huguet, P., Dubuis, B., Pereira, B., COVISTRESS network, Bouillon, J.-B. & Dutheil, F. (2020). Time and Covid-19 stress in the lockdown situation: Time free, «Dying» of boredom and sadness. *PLOS ONE*, 15(8), e0236465. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0236465>
- Dumitrescu, I. & Smith, C. (2020, April 22). The Demon of Distraction. *In the Moment*. <https://critiq.wordpress.com/2020/04/22/the-demon-of-distraction/>
- Eastcoast78 (2020, February 17). *My Pet Sock Eating Cars* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=7fOqE8ToGEY&ab\\_channel=eastcoast78](https://www.youtube.com/watch?v=7fOqE8ToGEY&ab_channel=eastcoast78)

- Fernandez, L. & Matt, S.J. (2019). *Bored, Lonely, Angry, Stupid: Changing Feelings about Technology, from the Telegraph to Twitter* (Illustrated edition). Harvard University Press.
- Fernandez, L. & Matt, S.J. (2020, August 2). Americans' inability to cope with boredom is spurring the spread of coronavirus. *Salon*. <https://www.salon.com/2020/08/02/how-americans-inability-to-cope-with-boredom-is-spurring-the-spread-of-coronavirus/>
- Foges, C. (2019, December 30). This has been the decade of disconnection. *The Times*. <https://www.thetimes.co.uk/article/this-has-been-the-decade-of-disconnection-cw50zvxb>
- Gat, O. (2020, April 23). The Aesthetics of Zoom. *Frieze*. <https://www.frieze.com/article/aesthetics-zoom>
- Golby, J. (2020, December 2). Covid has shown me what lies beyond boredom: post-boredom. *The Guardian*. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/dec/02/covid-boredom-lockdown>
- Gommers, D. [@diederikgommers] (n.d.). Posts [Instagram profile]. Instagram. Retrieved June 27, 2022 from <https://www.instagram.com/diederikgommers/>
- Haladyn, J.J. (2021, February 7). Depressed or bored? How COVID-boredom intensifies the fear of missing out. *The Conversation*. <http://theconversation.com/depressed-or-bored-how-covid-boredom-intensifies-the-fear-of-missing-out-153037>
- Han, B.-C. (2015). *The Burnout Society*. Stanford University Press.
- Hayles, N.K. (2020). Novel Corona: Posthuman Virus. *Critical Inquiry*, 47(S2), S68–S72. <https://doi.org/10.1086/711439>
- Hesselberth, P. (2017). Discourses on disconnectivity and the right to disconnect. *New Media & Society*, 20(5), 1994–2010. <https://doi.org/10.1177/1461444817711449>
- Hesselberth, P. (2018). Connect, Disconnect, Reconnect: Historicizing the Current Gesture towards Disconnectivity, from the Plug-in Drug to the Digital Detox. *Cinema&Cie: International Film Studies Journal*, 18(30), 105–114. <https://riviste.unimi.it/index.php/cinemaetcie/article/view/16586>

- Hesselberth, P. (2019). The Grid as Structuring Paradox: A Case of Tiny Living. *Soapbox*, 1(2), 119–138.
- Hesselberth, P. (2020). On Leaving Academia and the Need to Take Refuge. In P. Hesselberth & J. De Bloois (red.), *Politics of Withdrawal: Media, Arts, Theory* (pp. 147–160). Rowman & Littlefield Pub.
- Hesselberth, P. (2021a). Detox. In N.B. Thylstrup, D. Agostinho, A. Ring, C. D'Ignazio & K. Veel (red.), *Uncertain Archives: Critical Keywords for Big Data*. The MIT Press.
- Hesselberth, P. (2021b). Retreat Culture and Therapeutic Disconnection. In A. Jansson & P.C. Adams (red.), *Disentangling: The Geographies of Digital Disconnection* (pp. 253–272). Oxford University Press.
- Hesselberth, P. (2021c). Therapeutic Disconnection: Retreat Culture and the Mindfulness Trap. In A. Jansson & P.C. Adams (red.), *Disentangling: Geographies of Digital Disconnection*. Oxford University Press.
- Hesselberth, P. & de Bloois, J. (red.) (2020a). *Politics of Withdrawal: Media, Arts, Theory*. Rowman & Littlefield Pub.
- Hesselberth, P. & de Bloois, J. (2020b). Towards a Politics of Withdrawal? In P. Hesselberth & J. De Bloois (red.), *Politics of Withdrawal: Media, Arts, Theory* (pp. 1–12). Rowman & Littlefield Pub.
- Jackson-Wright, Q. (2020, October 14). How to Beat Zoom Fatigue – and Set Healthy Boundaries. *Wired*. <https://www.wired.com/story/how-to-fight-zoom-fatigue/>
- Jansson, A. & Adams, P.C. (red.) (2021). *Disentangling: The Geographies of Digital Disconnection*. Oxford University Press.
- Jiang, M. (2020, April 22). The reason Zoom calls drain your energy. *BBC*. <https://www.bbc.com/worklife/article/20200421-why-zoom-video-chats-are-so-exhausting>
- Karppi, T. (2018). *Disconnect: Facebook's Affective Bonds*. University of Minnesota press.
- Klein, N. (2020, March 16). Coronavirus Capitalism – and How to Beat It. *The Intercept*. <https://theintercept.com/2020/03/16/coronavirus-capitalism/>
- Konrad, A. (2020, May 30). All Eyes On Zoom: How The At-Home Era's Breakout Tool Is Coping With Surging Demand – And Scrutiny. *Forbes*.



<https://www.forbes.com/sites/alexkonrad/2020/04/03/all-eyes-on-zoom-how-the-at-home-eras-breakout-tool-is-coping-with-surg-ing-demand-and-scrutiny/?sh=6606edb57f30>

- Kouwenhoven, A. & Heck, W. (2020, September 22). Actiegroep Viruswaarheid betrokken bij anticorona-campagne van BN'ers. *NRC Handelsblad*. <https://www.nrc.nl/nieuws/2020/09/22/actiegroep-viruswaarheid-betrokken-bij-anticorona-campagne-van-bn-ers-a4013086>
- Latour, B. (2020). Is This a Dress Rehearsal? *Critical Inquiry*, 47(S2), 25–27. <https://doi.org/10.1086/711428>
- Lee, J. (2020, November 17). A Neuropsychological Exploration of Zoom Fatigue. *Psychiatric Times*. <https://www.psychiatrictimes.com/view/psychological-exploration-zoom-fatigue>
- Malabou, C. (2020, March 23). To Quarantine from Quarantine: Rousseau, Robinson Crusoe, and «I». *In the Moment*. <https://critiq.wordpress.com/2020/03/23/to-quarantine-from-quarantine-rousseau-robinson-crusoe-and-i/>
- Mbembe, A. (2020, April 13). The Universal Right to Breathe. *In the Moment*. <https://critiq.wordpress.com/2020/04/13/the-universal-right-to-breathe/>
- McDonald, K. (n.d.). Twitter Super-Spreaders. NewsGuard. Retrieved February 28, 2021 from <https://www.newsguardtech.com/twitter-super-spreaders/>
- Petrosiants, A. & Berardi, F. (2020, June 5). Pandemic and the Reset of the Global Machine. *Strelka Mag*. <https://strelkamag.com/en/article/franco-bifo-berardi-pandemic-and-the-reset-of-the-global-machine>
- Romero, J.R. (2020, March 15). *Mi segundo día en casa* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=PnnCSDOOgk4&ab\\_channel=joseramonromero](https://www.youtube.com/watch?v=PnnCSDOOgk4&ab_channel=joseramonromero)
- Sander, L. & Bauman, O. (2020, May 19). Zoom fatigue is real – here's why video calls are so draining. *Ted*. <https://ideas.ted.com/zoom-fatigue-is-real-heres-why-video-calls-are-so-draining/>

- Segura, M. (2020, April 7). *I Bought Rollerblade's For The Corona* [video]. YouTube. [https://www.youtube.com/watch?v=OLRHbblhsAI&ab\\_channel=MelissaSegura](https://www.youtube.com/watch?v=OLRHbblhsAI&ab_channel=MelissaSegura)
- Stäheli, U. (2021, March 7). *Soziologie der Entnetzung*. Suhrkamp Verlag.
- Syvertsen, T. (2020). *Digital Detox: The Politics of Disconnecting*. Emerald.
- Terranova, T. (2000). Free Labor. *Social Text*, 18(2), 33–58. [https://doi.org/10.1215/01642472-18-2\\_63-33](https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33)
- UNI Europa (2020, June 17). Covid-19 intensifies the need for the right to disconnect. <https://www.uni-europa.org/news/covid-19-intensifies-the-need-for-the-right-to-disconnect/>
- Vol.at (2020, March 16). Nach zwei Wochen Quarantäne im Zillertal. <https://www.vol.at/nach-zwei-wochen-quarantaene-im-zillertal/6556774>
- Wagemans, M. (2020, September 24). Diederik Gommers noemt tv-optreden Famke Louise «een wake-up call». *WNL*. <https://wnl.tv/2020/09/24/diederik-gommers-noemt-tv-optreden-famke-louise-een-wake-up-call/>
- Werder, P. & Rothlin, P.R. (2008). *Boreout! Overcoming Workplace Demotivation*. Kogan Page.
- Westgate, E.C. (2019). Why Boredom Is Interesting. *Current Directions in Psychological Science*, 29(1), 33–40. <https://doi.org/10.1177/0963721419884309>
- Wolf, C.R. (2020, May 14). Virtual Platforms Are Helpful Tools but Can Add to Our Stress. *Psychology Today*. <https://www.psychologytoday.com/blog/the-desk-the-mental-health-lawyer/202005/virtual-platforms-are-helpful-tools-can-add-our-stress>
- Žižek, S. (2020). *Pandemic! COVID-19 Shakes the World*. Polity Press.
- Zoom fatigue. <https://trends.google.com/trends/explore?q=zoom%20fatigue>

# Forfatteromtaler

**Ellen Foyn Bruun** er førsteamanuensis i drama og teater ved Institutt for kunst- og medievitenskap, NTNU Trondheim. Hun har bred teatervitenskapelig og kunstnerisk forskningserfaring med særlig nedslag i anvendte scenekunstpraksiser og relasjon til kontekst, stemmearbeid og teknologi, og møtepunkter mellom teater og helse.

**Knut Ove Eliassen** er professor i litteraturvitenskap ved NTNU. Seneste utgivelser: *Strandens topologier, Kultur og klasse*, vol. 48 (130) (red. K.O. Eliassen, C. Meiner & C. Messelt), *Europeisk litteratur fra Columbus til Kant. Bind 3. Samfunnet*, (red. K.O. Eliassen & A. Fastrup, 2019), *Contested Qualities* (red. K.O. Eliassen, J.F. Hovden & Ø. Prytz, 2018) og *Foucaults begreper* (2016). Eliassen har skrevet artikler om blant annet maritim litteratur, mediehistorie, litteratur og teknologi, opplysningstid og det tjuende århundrets franske filosofi. Han har oversatt Foucault, Lyotard, Baudrillard og Kittler.

**Ida Eritslund** er utdannet moteviter fra Stockholms Universitet. Hun jobber som foreleser i moteteori og -historie ved Kunsthøgskolen i Oslo (KHiO) og OsloMet. Eritslund har skrevet journalistikk og kommentarer om mote og vært aktiv i diskursen om feltet i mange år, blant annet for medier som Dagens Næringsliv, Aftenposten og NRK.

**Lykke Harmony Alara Guanio-Uluru** er professor i litteratur ved Høgskulen på Vestlandet. Hun er interessert i litteraturens samfunnsrolle og forsker særlig på forholdet mellom litteratur, etikk og estetikk i populære tekster, med vekt på fantasy, transmediale tekster og data-spill. Hun er forfatter av *Ethics and Form in Fantasy Literature: Tolkien, Rowling and Meyer* (2015) og medredaktør av *Ecocritical Perspectives on Children's Texts and Cultures: Nordic Dialogues* (2018) og *Plants in Children's and Young Adult Literature* (2021).

**Aina Landsverk Hagen** er forsker 1 ved Arbeidsforskningsinstituttet (AFI), OsloMet – storbyuniversitetet og sosialantropolog med doktorgrad på kollektiv kreativitet fra Universitetet i Oslo. Hagen har publisert flere bøker, artikler og rapporter om byutvikling, medvirkning, etnografisk metode, kreativitet og ytringsfrihet. Hun er opptatt av å utvikle og eksperimentere med samfunnsvitenskapelige metoder, samt av å jobbe med innovasjon og organisasjonsutvikling som aksjonsforsker.

**Pepita Hesselberth** er universitetslektor i digitale medier og medieteorier ved Leiden universitet. Hun leder Netherlands Institute of Cultural Analysis (NICA). Hun har blant annet utgitt monografien *Cinematic Chonotopes* (Bloomsbury 2014) og er medredaktør for blant annet *Compact Cinematics* (Bloomsbury 2016), *Legibility in the Age of Signs and Machines* (Brill 2018), og *Politics of Withdrawal* (Rowman & Littlefield, 2021). Hun jobber for tiden med slutfasen av forskningsprosjektet *Disconnectivity in the Digital Age*.

**Ingeborg Hjorth** er faglig leder ved Falstadsenteret. Hun er kunsthistoriker og kulturminneforsker med doktorgrad fra NTNU på en avhandling om den nasjonale minneste-prosessen etter 22. juli 2011. Hennes forskningsinteresser omfatter minnekultur og minnepolitikk, historiedidaktikk og museologi, med særlig vekt på kunstens rolle i kollektive minneprosesser.

**Ole Marius Hylland** er utdannet kulturhistoriker fra Universitetet i Oslo og har siden 2008 arbeidet ved Telemarkforskning, nå som seniorforsker. Han har skrevet artikler, bøker og rapporter om en rekke kulturpolitiske og kulturhistoriske emner, og han har særlig konsentrert seg om museumspolitik, digitalisering og scenekunstheltet.

**Per Israelson** er postdoktor og forsker ved Institutionen för Kultur och Estetik (IKE), Stockholms universitet. Israelson disputerte i 2017 med avhandlingen *Ecologies of the Imagination: Theorizing the participatory aesthetics of the fantastic*. Han virker også som kritiker, frilansskribent og redaktør. Israelsons forskningsinteresse ligger først og fremst innenfor serieteori, medieøkologi og postdigital estetikk og kultur.

**Håvard Kiberg** er stipendiat ved Høyskolen Kristiania og Universitetet i Bergen. Kiberg forsker på forholdet mellom musikk og media, og jobber for tiden med en doktorgradsavhandling om hvordan den norske musikkbransjen responderer på økonomiske, organisatoriske og kulturelle endringer knyttet til digitale strømmeplassformer.

**Yngvar Kjus** er førsteamanuensis ved Institutt for musikkvitenskap, Universitetet i Oslo. Kjus arbeider innenfor fagfeltet musikk og medier. Han har forsket på møter mellom medieteknologi og musikkultur og har blant annet skrevet boken *Live and Recorded: Music Experience in the Digital Millennium* (Palgrave Macmillan, 2018).

**Ingvild Hagen Kjørholt** er førsteamanuensis i litteraturdidaktikk ved NTNU, Institutt for lærerutdanning, og prosjektleder ved Falstad-senteret. Kjørholt har blant annet forsket på fransk 1700-talls litteratur og litteraturens virkningshistorie, og har sine forskningsinteresser innenfor feltene litteraturhistorie og minnestudier.

**Bård Kleppe** er seniorforsker ved Telemarkforskning. Kleppe har forsket på kulturpolitikk og kulturliv siden 2008. Han har gjennomført og ledet

en rekke forskningsprosjekter om kulturpolitikk, kunstneres arbeidsvilkår, museumsorganisering, scenekunstheltet, musikkfeltet og kunstformidling for barn og unge.

**Tore Vagn Lid** er regissør og forfatter og professor ved Institutt for kunst og medievitenskap ved NTNU. Han er også kunstnerisk leder av Transiteatret-Bergen og har vært professor i regi og dramaturgi ved Kunsthøgskolen i Oslo. Hans kunstneriske forskningsinteresse handler særlig om dramaturgisk utvidelse av teaterrommet som et refleksivt, kritisk erfaringsrom. Blant de siste arbeidene er *Kunsten å lage en felle*, *Tolvskillingsoperaen* og *03:08.38. Tilstander av unntak*.

**Sara Berge Lorenzen** er prosjektrådgiver ved Arbeidsforskningsinstituttet (AFI), OsloMet – storbyuniversitetet. Hun har en mastergrad i sosialantropologi fra Universitetet i Oslo med feltarbeid i New Delhi, hvor hun skrev om hvordan unge i India bruker digitale medier til å fremme endring i samfunnet. På AFI er hun involvert i en rekke ulike prosjekter som tar for seg metodeutvikling og innovasjon innen by- og stedsutvikling, ungdomsmedvirkning, organisasjonslæring og folkeforskning.

**Insa Müller** er førsteamanuensis i kulturminneforvaltning ved Institutt for historiske og klassiske studier, NTNU, og spesialrådgiver for samfunnsdialog ved Stiklestad Nasjonale Kultursenter. Hennes forskningsinteresser ligger i skjæringsfeltet mellom museologi, kulturarvstudier, minnestudier, historiedidaktikk og digital kulturarv. Hun er særlig opptatt av å koble forskning og praksisutvikling i kulturarvsfeltet.

**Anne Ogundipe** er seniorrådgiver i Kulturrådets avdeling for kulturanalyse. Som kunst- og medieforsker, med en ph.d. i estetiske fag fra NTNU, har hun forsket på estetiske, kulturelle og sosiale aspekter ved digitaliseringen, særlig knyttet til praksiser og uttrykksformer i det visuelle kunstfeltet og til formidling i museumssektoren.

**Elena Pérez** er førsteamanuensis i drama og teater ved Institutt for kunst- og medievitenskap ved NTNU Trondheim. Hun har en doktorgrad i scenekunst og teknologi, hvor hun i avhandlingen undersøkte det kreative potensial i digitale medier i scenekunsten. Hennes forskningsprofil er tverrfaglig i skjæringspunktet mellom scenekunst og andre kunstformer og fagfelt.

**Øyvind Prytz** er prosjektleder i Kulturrådets avdeling for kulturanalyse. Han har en ph.d. i allmenn litteraturvitenskap fra NTNU. Han har blant annet forsket på digitalisering på litteraturfeltet og har utgitt boken *Litteratur i en digital tid* (2016). Han var prosjektleder for Kulturrådets forskningsprogram Kunst, kultur og kvalitet og medredaktør for *Kvalitetsforståelser. Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur, Kvalitetsforhandlinger. Kvalitetsbegrepet i samtidens kunst og kultur og Contested Qualities. Negotiating Value in Arts and Culture*.

**Hans Kristian Strandstuen Rustad** er professor i nordisk litteratur ved Universitetet i Oslo. Han har skrevet en avhandling om litterære hypertekster (2008), utgitt bøkene *Fotopoetikk. Om dikt og fotografi i norsk lyrikk* (2017), *Digital litteratur. En innføring* (2012) og *Digtopplæsning. Former og fællesskaber* (2022, sammen med Louise Mønster og Michael Kallesøe Schmidt). Han har også redigert en rekke bøker om nordisk poesi og om digital fiksjon.

**Eivind Røssaak** er dr. philos. og forsker i Nasjonalbibliotekets forskningsavdeling. Utvalgte publikasjoner: *Memory in Motion: Archives, Technology, and the Social*, Amsterdam University Press, 2017; «Surveillance Capitalism», *Critical Inquiry* 47/1, 2020; «Infrastruktur» i J. Lund og U. Schmidt (red.): *Medieæstetik: En introduktion*, Samfundslitteratur, 2020; *Kunst som deling, delingens kunst* Fagbokforlaget, 2020; *Mangfold i spill: Digitalisering av kultur og medier i Norge*, Universitetsforlaget, 2021, og «Stordataens skjulte narrativer», *NLVT* 25/1, 2022.

**Synne Skjulstad** har en ph.d. i medievitenskap fra UiO og er førsteamanuensis ved Westerdals institutt for kreativitet, fortelling og design ved Høyskolen Kristiania, hvor hun forsker på visuell kommunikasjon og estetikk i møte med digitale kommunikasjonsteknologier, de siste årene med vekt på motefeltet. Skjulstad har publisert i en rekke internasjonale tidsskrift og antologier, blant annet *Fashion Theory*, *International Journal of Fashion Studies* og *Digital Creativity*.

**Hendrik Storstein Spilker** er professor i mediesosiologi ved Institutt for sosiologi og statsvitenskap ved NTNU. Spilker er forfatter av flere bøker, blant annet *Digital Music Distribution* (Routledge 2019), og han har de senere årene publisert en rekke artikler om internetts utvikling, digitale plattformer og strømmerevolusjonen.

**Anette Homlong Storeide**, ph.d., er forsker ved Falstadsenteret og forsker II ved HL-senteret, med krigshistorie, minnesteopedagogikk og minnepolitiske problemstillinger som spesialfelt.

**Susanne Østby Sæther**, ph.d., er kurator for fotografi og mediekunst ved Henie Onstad Kunstsenter. Sæthers forskningsfelt er samtidig kamerabasert kunst og medieestetikk, med vekt på forholdet mellom kunst, teknologi og medier. Sæther har publisert en rekke forskningsartikler, bøker og katalogtekster nasjonalt og internasjonalt, inkludert *Screen Space Reconfigured* (red., Amsterdam University Press 2020) og *Why Photography?* (co-red., Skira Editore 2020).

**Nanna Bonde Thylstrup** er lektor ved Institut for ledelse, samfund og kommunikation ved Copenhagen Business School. Hun interesserer seg for de kulturelle, politiske og etiske dimensjonene ved digitalisering og maskinlæring. Hun har tidligere utgitt *Uncertain Archives: Critical Keywords for Big Data* (red.) og *The Politics of Mass Digitization*, begge på MIT Press.



**Ingrid M. Tolstad** er seniorforsker ved Arbeidsforskningsinstituttet (AFI), OsloMet – storbyuniversitetet. Hun er sosialantropolog, med en ph.d. i musikkvitenskap om popmusikalske samarbeid mellom svenske og russiske aktører. Hennes forskningsarbeid og -interesser er særlig konsentrert rundt musikk- og kulturfeltet og inkluderer temaer som kulhet, kreative prosesser, kommersiell låtskriving, studioetnografi, musikkproduksjon, digitalisering, medvirkning, talentutvikling og omorganisering.

**Caroline Ugelstad**, ph.d., er sjefskurator og leder av kunstfaglig avdeling ved Henie Onstad Kunstsenter. Ugelstads forskningsfelt er avantgarden og neoavantgarden, med vekt på historiografi og forholdet mellom kunst og hverdagsliv. Ugelstad er utdannet fra Courtauld Institute of Art og Universitetet i Oslo, og hun har kuratert en rekke utstillinger, som *Niki de Saint Phalle* (2022), *Guadalupe Maravilla – Sound Botánica* (2022), *Merz! Flux! Pop!* (2021) på Henie Onstad Kunstsenter.



# Bildekrediteringer

- s. 80 Foto: Transiteatret-Bergen
- s. 90 Foto: Transiteatret-Bergen
- s. 93 Foto: Transiteatret-Bergen
- s. 81 Tolvskillingsoperaen ved Det Norske Teatret. Foto: Dag Jenssen
- s. 108 Erlend Peder Kvam
- s. 110 Erlend Peder Kvam
- s. 131 Erlend Peder Kvam
- s. 133 Erlend Peder Kvam
- s. 135 Erlend Peder Kvam
- s. 137 Erlend Peder Kvam
- s. 125 Grafill. Foto: Christian Melstrom
- s. 140 Narveslibiblioteket
- s. 146 (Exhibition) (Installation view: Century 21, Greene Naftali Gallery, New York, USA, March, 2021 – April, 2021). Foto: Zeshan Ahmed
- s. 156 Cory Arcangel. Super Mario Clouds, 2002.
- s. 159 Handmade hacked Super Mario Bros. cartridge, Nintendo NES video game system, artist software. Foto: Cory Arcangel.
- s. 166 Cory Arcangel. A Couple Thousand Short Films About Glenn Gould, 2007. Dual channel projection from a digital source. Foto: Colin Davison.
- s. 169 Cory Arcangel. Working on My Novel, 2009. Twitter search results for «working on my novel».
- s. 186 Sabina Store-Ashkari
- s. 199 Alexander Fallo
- s. 201 @kaitdoes
- s. 234 Kilden. Foto: Heida Gudmundsdotter
- s. 237 Kilden. Foto: Heida Gudmundsdotter
- s. 292 Falstadsenteret. Foto: Sven Helge Falstad
- s. 293 Falstadsenteret. Foto: Oskar A. Johansen
- s. 298 Falstadsenteret
- s. 299 Falstadsenteret. Foto: Ingeborg Hjorth

- s. 364 Nasjonalmuseet
- s. 369 The Museum of Modern Art and MoMA
- s. 371 The Museum of Modern Art and MoMA
- s. 375 Stephanie Saade. \_\_\_\_homecooking\_\_\_\_
- s. 396 Penelope Umbrico Screen Walks Fotomuseum Winterthur The Photographers' Gallery
- s. 398 Penelope Umbrico Screen Walks Fotomuseum Winterthur The Photographers' Gallery
- s. 405 Gjengitt med tillatelse fra Anders Eiebakke / Fotogalleriet
- s. 408 Stills from Meriem Bennani and Orian Barki, 2 Lizards. 2020. Courtesy of the artists, C L E A R I N G, New York / Brussels and Francois Ghebaly, Los Angeles
- s. 409 Stills from Meriem Bennani and Orian Barki, 2 Lizards. 2020. Courtesy of the artists, C L E A R I N G, New York / Brussels and Francois Ghebaly, Los Angeles

# Sammendrag

## Estetiske praksiser i plattformøkonomien

Knut Ove Eliassen

Kulturvarer konsumeres i dag fortrinnsvis på digitale plattformer. Konserter, film, bøker, museer og teatre er tilgjengelige uavhengig av tid og rom. Det er også musikksnutter på YouTube, dansestunts på TikTok, instagrampoesi og alle slags spill. Av blandet kvalitet og uten kritisk offentlighet savner de siste større ambisjoner om varighet eller originalitet, like fullt kan de ha stor affektiv verdi. Med støtte i kritisk medieteoriredegjør artikkelen for overordnede tendenser i kunst- og kulturfeltet og de digitaliseringsprosessene som forandrer sektoren. Den ser på hvordan endringene har vært ledsaget av en teoriutvikling som har bidratt til forståelsen av feltet, og dessuten satt sitt preg på samtidige estetiske praksiser. Artikkelens premiss er at fremveksten av internett på 1990-tallet, sosiale medier på 2000-tallet og plattformøkonomiene på 2010-tallet gradvis har oppløst distinksjonene som lenge har gitt kunsten egen sosial realitet og substans. Om skillene mellom verk og vare, privat og offentlig, kunstner og publikum, fritid og arbeid, kunst og underholdning, høy og lav, ikke lenger kan tas for gitt, må man også spørre om hvorvidt det fortsatt gir god mening å snakke om «kunst- og kulturfeltet».

**NØKKEWORD:** plattform, infrastruktur, nettverk, medieestetikk, web 2.0.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NoDerivatives 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>

Today, cultural commodities are mainly consumed on digital platforms. Concerts, movies, books, museums, and plays are available independently of space and time. So are YouTube videos, TikTok dance stunts, Instagram poetry and all kinds of games. Of mixed quality and devoid of any kind of critical public sphere, these lack any ambition of permanence or originality; they can nevertheless have considerable affective value. Drawing on critical media theory, the article maps and discusses how processes of digitalization are transforming what has long been referred to as the field of art and culture. It discusses how the current structural changes have been accompanied by critical theoretical work that not only provides valuable insight but that marks contemporary aesthetic practices. The central premise of the argument is that the establishment of the internet in the 1990s, the emergence of social media in the 2000s, and the platform economies of the 2010s have gradually eroded the distinctions that have provided social reality and substance to art. If distinctions such as those between artwork and commodity, private and public, artist and audience, free time and labour, art and entertainment, no longer hold, the following question arises: Does it still make sense to speak of «art and culture»?

KEYWORDS: platform, infrastructure, network, media aesthetics, web 2.0.

## Analogiseringen av det digitale. Dramaturgi i unntakstilstand

Tore Vagn Lid

Få uker før koronapandemien utløste unntakstilstand både på og utenfor scenen, presenterte Transiteatret-Bergen, under ledelse av Tore Vagn Lid, et kunstnerisk forskningsarbeid om «unntakstilstandens dramaturgi». I forestillingen *03:08.38 Tilstander av unntak* var fysisk og digital tilstedeværelse likestilt: Kor, orkester og scenografi strakte seg ut i et

direktesendt samspill mellom rom og aktører i flere byer. Eksperimentet forsøkte, også før det i mars 2020 ble tvingende nødvendig, å dra de kunstneriske implikasjonene av en pågående «analogisering av det digitale», forstått som en bevisst bruk av de digitale formene for kommunikasjon og dialog som over lang tid, og i stadig større grad, er blitt del av vår livsverden. Det er behovet for å forstå og estetisk forholde seg til en «hverdagsliggjøring» av det digitale som er utgangspunktet for artikkelen. Samtidig er teksten en undersøkelse av hvordan unntakstilstanden, med sine stadige kast og vendinger, slår inn i og endrer de dramaturgiske premissene for refleksjonsarbeidet i og utenfor scenerommet.

**NØKKEWORD:** dramaturgi, unntakstilstand, analogisering, analog, digital

Mere weeks before the coronavirus pandemic triggered a state of emergency both on and off the stage, Transiteatret-Bergen, under the leadership of Tore Vagn Lid, presented artistic research into «the dramaturgy of states of emergency». In the theatre piece *03:08.38 States of Emergency*, physical and digital presence were given equal footing: By means of live broadcast, the choir, orchestra and set reached out through interaction with other spaces and actors located in different cities. Even before March 2020 compelled its necessity, the experiment attempted, to consider the artistic implications of an ongoing «analogization of the digital», or a deliberate use of the digital forms of communication and dialogue that have long been an increasing part of our lifeworld. The need to understand and find ways to deal aesthetically with the digital as «commonplace» forms the basis of this article. At the same time, the text examines how states of emergency, with unceasing twists and turns, impact and alter the dramaturgical premises for the labour of reflection taking place inside and outside the theatre space.

**KEYWORDS:** dramaturgy, state of emergency, analogization, analogue, digital

## Narves1biblioteket, deltagarestetik och den teknade seriens ekologisering

Per Israelson

Detta kapitel diskuterar serietecknarkollektivet Narves1bibliotekets verksamhet, med utgångspunkt i antologimagasinet *Mennesker med håp for fremtiden 3* från 2016. Magasinet opererar med en relationell estetik, genom vilken en digital infrastruktur och teknisk miljö tematiseras men framför allt performativt knyts till det digitala objektets processer. Narves1bibliotekets konceptuella praktiker, som bland annat använder appropriering, collage och montage, är sålunda en produkt av digitaliseringens och den cybernetiska återkopplingens betoning av materialitet och närvaro som relationella processer. Magasinetts materiella formgivning förutsätter digitala produktionsförhållanden och är ett uttryck för en estetik formad av det digitala objektet. Denna postdigitala estetik fokuserar det konstnärliga objektet som materiell relation och process, som ekologi och inte som slutet system. Artikeln hävdar att Narves1bibliotekets teknade serier är ett uttryck för en medieekologisk estetik men också att dessa serier bara är del av en större medieekologi av sammanhängande objekt, digitala såväl som analoga. Det är denna medieekologi som utgör Narves1bibliotekets huvudsakliga konstverk.

**NYCKELORD:** teknade serier, postdigital kultur, deltagarestetik, medieekologi, posthumanism

This article discusses the comics collective Narves1biblioteket, mainly from an analysis of the anthology magazine *Mennesker med håp for fremtiden 3* from 2016. The magazine operates with a relational aesthetics, thematizing and embodying the connection of digital environments and technical milieus to the processes of the digital object. The



conceptual practices of Narveslibiblioteket, including appropriation, collage, and montage, amongst others, are accordingly generated by the stress on materiality and presence as relational processes enforced by digitization and cybernetic feedback. The material design of the magazine presupposes digital technologies and is an expression of an aesthetics informed by the digital object. This postdigital aesthetics focuses the artistic object as material relation and process, as ecology and not as closed system. The article argues that the comics of Narveslibiblioteket form part of a media ecology of interconnected objects, digital as well as analogue. This media ecology comprises Narveslibiblioteket's primary work of art.

**KEYWORDS:** comics studies, postdigital culture, participatory aesthetics, media ecology, posthumanism

## Hack. Cory Arcangels medieintervensjoner

Eivind Røssaak

Artikkelen «Cory Arcangels intervensjoner i digitale medieinfrastrukturer» utforsker mediekritiske aspekter i sentrale arbeider av den innflytelsesrike stavangerbosatte mediekunstneren Cory Arcangel. Røssaak anvender kritisk infrastrukturteori og appropriasjonsestetikk for å undersøke mekanismene i Arcangels kunst. Arcangel lager kunst av blant annet dataspillteknologier og sosiale medier. Røssaak vektlegger hvordan hans kunstneriske medieappropriasjoner belyser utviklingen av teknologier og teknikker som ligger til grunn for vår tids digitale medieinfrastrukturer. Slik dannes grunnlaget for en mediekunst som makter å ta inn over seg nye folkelige uttrykkspraksiser, samtidig som den også viser hvordan dagens mediebrukere fanges i formater tilpasset en ny overvåkningskapitalisme, utviklet i kjølvannet av interaksjonsvitenskapen kybernetikk, som opprinnelig var en styringsteknikk for

høyt teknologiske våpensystemer. Røssaak diskuterer også McKenzie Wark's *A Hacker Manifesto* som knytter hacking til motstandskamp og frigjøringsarbeid. Arcangel's kunst som baserer seg på intervensjoner i og omprogrammering av velkjente digitale plattformer, peker, for Røssaak, mot visjoner for en alternativ mediefremtid.

**NØKKEORD:** mediekunst, dataspill, sosiale medier, mediekritikk, infrastruktur

This article explores media critical aspects of key works by the influential media artist Cory Arcangel, who resides in Stavanger. Røssaak applies critical infrastructure studies theory and appropriation aesthetics to examine the mechanisms in Arcangel's art. Arcangel makes art using computer game technologies and social media. Røssaak emphasizes how his artistic media appropriations illuminate the development of technologies and techniques that shape the basis of today's digital media infrastructures. His media art absorbs vernacular practices and expressions, while also showing how today's media users are captured by formats adapted to surveillance capitalism, forged by interaction science cybernetics, which was originally a control technique for high-tech weapon systems. Røssaak also discusses McKenzie Wark's *A Hacker Manifesto* which links hacking to resistance and liberation. Arcangel's work, which is based on interventions in and reprogramming of well-known digital platforms, points, for Røssaak, towards visions for an alternative media future.

**KEYWORDS:** media art, computer games, social media, media criticism, infrastructure

# Instagramdikt og plattformlogikk

Hans Kristian S. Rustad

Et av hovedargumentene i artikkelen «Instagramdikt og plattformlogikk» er at instagramdikt er en type markedsorientert, mediespesifikk brukslyrikk. Artikkelen retter oppmerksomheten mot instagramdikt i Norge og diskuterer på hvilke måter Instagram som plattform setter betingelser for diktenes form, motiv og tematikk, for hvordan poetene skriver, og for hvordan diktene blir mottatt. Ved hjelp av begrepet «sosiale mediers logikk», utviklet av José van Dijck og Thomas Poell, viser forfatteren hvordan Instagram ikke er en nøytral medieplattform, ei heller for poesi, men at den må betraktes som en aktør i utviklingen av instagramdikt. Artikkelen er tredelt: Første del er en presentasjon og diskusjon av mye av forskningslitteraturen på instagramdikt, andre del utforsker sentrale aspekter ved sosiale mediers logikk på et lite utvalg instagramdikt, og tredje del tilbyr en nærlesning av noen få av diktene til Trygve Skaug.

**NØKKEWORD:** Instagrampoesi, Trygve Skaug, sosiale mediers logikk, digital lyrikk, brukslyrikk.

One of the main arguments in this article is that Instagram poetry is a type of market-oriented, media-specific poetry. The article focuses on Instagram poems in Norway and discusses to what extent and in what ways Instagram as a platform determines or plays a role in the making of the poems' form, motif and theme, on how the poets write, and on how the poems are received. With José van Dijck and Thomas Poell elaboration of the logic of social media as a framework, I show how Instagram is not a neutral media platform, and certainly is not neutral for poetry, but that it needs to be considered as an actor in the development of Instagram poems. The article is divided into three parts: The first presents and discusses much of the research literature

on Instagram poems, the second explores some key aspects of social media logic applied on a small selection of Instagram poems, and the third offers a close reading of a few of the Norwegian Instagram poet Trygve Skaug's poems.

**KEYWORDS:** instapoetry, Trygve Skaug, the logic of social media, digital poetry, occasional poetry.

## Interactivity and togetherness in digital theatre

Elena Pérez og Ellen Foyen Bruun

The article addresses how Norwegian theatre responded to the COVID-19 outbreak March 2020. As a case study for performance analysis, the authors investigate a youth theatre production, *Culpa!*, written by Taro Vestøl Cooper and directed by Mine Yalcin Nilay, produced by Kilden Theatre and Concert House, Kristiansand. The analysis looks at how *Culpa!* used and combined different interactive strategies through digital media and on YouTube. The discussion covers how the four elements of theatre, You/actor, Me/spectator, Here/same space, Now/same time, are negotiated and reframed with digital performance practices. The authors argue that *Culpa!* represents mediaturgy – an innovative dramaturgical performance strategy known from international digital theatre experiments, entailing that the digital media used for artistic purposes are simultaneously criticized. By revealing how the spectator becomes part of the interactive communication strategies, the authors conclude that *Culpa!* facilitated an active spectator position contributing to a feeling of belonging to one common audience.

**KEYWORDS:** digital performance practices, interactivity, *Culpa!*, mediaturgy

# Spilleestetikk. Om lyd og musikk i dataspill

Lykke Guanio-Uluru

Dataspill er blant de mest utbredte fritidsaktivitetene blant barn og unge i Norge. Det er likevel forsket lite på hvordan ungdom forstår og beskriver sine egne spillopplevelser. Basert på data samlet inn i en spørreundersøkelse i desember 2019 analyserer Guanio-Uluru i denne artikkelen norske ungdommers beskrivelser av hvordan de opplever lyden og musikken i sine favorittspill, og drøfter funnene på bakgrunn av teoretiske perspektiver fra spillstudier (*game studies*), med vekt på teorier om lydens og musikkens rolle i dataspill (særlig Collins 2008; Cohen 2014; Walen 2004). Funnene viser at norske ungdommer spiller et vidt spekter dataspill fra ulike sjangere, og at de fleste av dem opplever lyd og musikk som sentralt for spillopplevelsen, ikke bare fordi lyd og musikk understøtter navigasjon i spillet, men også fordi lydbildet har en estetisk egenverdi.

**NØKKEWORD:** spilleestetikk, dataspill, spørreundersøkelse, lyd og musikk, ungdom

Videogaming is a main leisure activity among children and adolescents in Norway. Nevertheless, there is still little research investigating how young people understand and describe their own gaming experiences. Based on data collected in a survey in December 2019, Guanio-Uluru here analyse descriptions by Norwegian 9<sup>th</sup> graders of how they experience music and sound in their favourite videogames. The study is conducted with reference to theoretical perspectives from game studies and draw particularly on theories regarding the role of music and sound in videogames. The findings show that Norwegian 9<sup>th</sup> graders play a wide range of videogames, and that the majority experience sound and music as central game components. In their descriptions and explanations, they emphasise both the role sound has

in supporting in-game navigation, but also the intrinsic aesthetic value sound effects and music lend to their favourite games.

KEYWORDS: videogame aesthetics, videogames, survey, audio and music, 9<sup>th</sup> graders

## Det medierte minnestedet. En studie av *Falstad digital rekonstruksjon*

Ingvild Hagen Kjørholt, Ingeborg Hjorth, Insa Müller og Anette Homlong Storeide

Stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy er en trend i museums- og kulturarvsfeltet både i Norge og internasjonalt. Artikkelen presenterer en studie av nettbrettapplikasjonen *Falstad digital rekonstruksjon* (2018), og av en gruppe besøkende til minnestedet Falstad sine refleksjoner over å bruke det. Studien tar utgangspunktet i tre spørsmål: Hva karakteriserer *Falstad digital rekonstruksjon* som medium? Hvordan forholder applikasjonen seg til etablerte formidlingsformer og -konvensjoner ved minnesteder fra andre verdenskrig? Og på hvilke måter opplever og forstår besøkende stedet og historien gjennom det digitale verktøyet? Artikkelen viser hvordan nettbrettapplikasjonen gjentar og remedierer kulturelle former, og hvordan samtidens mediekultur og egne medieerfaringer påvirker besøkendes meningsskaping. Et sentralt funn er at stedsspesifikke digitale formidlingsverktøy kan fremme historiebevissthet og kritisk refleksjon om hvordan historieformidling er formgitt og mediert.

NØKKEWORD: minnested, digital kulturarv, andre verdenskrig, AR/VR-applikasjon, lokative medier

Site-specific digital guiding tools are a trend in Norwegian and international museum and cultural heritage sector. The article presents a case study of the tablet application *Falstad digital reconstruction and V/AR guide* (2018) and the user experiences of a group of visitors to the Falstad memorial site. The analyses depart from three questions: What characterizes *Falstad digital reconstruction and V/AR guide* as a medium? How does the application relate to cultural forms and conventions already established at Nazi camp memorial sites? And in what ways do visitors experience and understand the place and its history through this digital medium? The article reveals how the tablet application repeats and remediates cultural forms and how contemporary media culture as well as personal media experiences shape visitors' meaning making. A key finding is that site-specific digital media may foster historical consciousness and critical reflection on how history is always shaped and mediated.

KEYWORDS: memorial site, digital heritage, WW2, AR/VR application, locative media

## Instagram og uavhengige klesdesigneres medieringspraksiser

Synne Skjulstad og Ida Eritsland

Artikkelen undersøker rollen plattformen Instagram spiller i arbeidet til norske uavhengige klesdesignere som praktiserer sitt fag i skjæringspunktet mellom moteindustrien og kunstfeltet. Den belyser hvordan designerne arbeider med å mediere sitt arbeid digitalt, og hvordan den digitale medieringen påvirkes av motefeltets og Instagrams temporalitet og publiseringskultur. Medieringen er viktig for designerenes posisjonering i en kritisk motekultur. Instagram gir designerne muligheter til å kunne uttrykke tilhørighet til egne relevante nettverk og er

viktig for synliggjøringen av eksistensen av motepraksiser som foregår på egne kunstneriske premisser. Instagram muliggjør både en internasjonal tilstedeværelse og en lokal forankring og involverer aktører og uttrykk som opererer på tvers av geografiske og institusjonelle grenser. Mediearbeid inngår i klesdesignerens arbeid og rolle, og dette arbeidets publiserte resultater utgjør en viktig del av designernes estetiske uttrykk. Den digitale medieringen medfører en rekke muligheter, men også utfordringer for designerne.

**NØKKEWORD:** Instagram, mote, mediering, klesdesign, temporalitet

This article examines the roles Instagram plays in the work of Norwegian independent fashion designers, whose work is situated in and between the fashion industry and the art field. It sheds light on how the designers mediate their work digitally, and how their professional media practices are affected by the temporalities and publishing cultures of the fashion industry and Instagram respectively. Instagram enables the designers to situate their work in relevant international networks on its own artistic terms. The designers published material forms important mediated aspects of their aesthetic expression. Instagram serves as a tool for giving locally situated design practices international reach, involving actors and expressions across mediational, geographical, and institutional boundaries. Media work which involves Instagram is an important but often overlooked aspect of the design practices of independent fashion designers, one which presents the designers with opportunities, but also challenges.

**KEYWORDS:** Instagram, fashion, mediation, fashion design, temporality



# Hjemmefra. Kunstformidling under koronapandemien

Caroline Ugelstad

En effekt av de strenge smitteverntiltakene våren 2020 var at deler av produksjonen og formidlingen av kunst ble flyttet ut av de tradisjonelle rommene for kunst, som museer og gallerier, og inn i den enkeltes hverdagslige omgivelser. At kunstbruk foregår hjemmefra, er ikke nytt. Det ekstraordinære våren 2020 var at institusjonene, visningsstedene og kunstnerne også formidlet hjemmefra, altså fra den enkeltes hverdagslige sfære, ved hjelp av egen forbrukerteknologi og formidlet via eksisterende digitale plattformer. Offentlige og private sfærer ble blandet, og de hverdagslige rammene og rommene ble en forutsetning for den formidlingen som faktisk kunne foregå. Gjennom tre utvalgte casestudier ser artikkelen på hva som skjedde i det visuelle kunstfeltet våren 2022 da produksjonen og formidlingen av kunst fra en dag til en annen flyttet ut av institusjonene og «hjem» til kunstnerne og formidlerne. Mens store museer utnyttet situasjonen strategisk, brukte kunstnere hverdagslivet til å skape fellesskap og produsere ny kunst på digitale plattformer.

**NØKKEWORD:** kunstformidling, hverdagsliv, hjem, digitale plattformer, plattformisering

One effect of the strict infection control measures in the spring of 2020 was that elements of the production and mediation of art were moved out of the traditional spaces for art, such as museums and galleries, and into the individual's everyday environment. It is nothing new for art to take place at home. Spring 2020 was, however, extraordinary in that the institutions, exhibition venues and artists also communicated from home, i.e. from the individual's everyday sphere, using their own consumer technology and mediated via existing digital platforms.

Public and private spheres were mixed, and the everyday frameworks and spaces became a prerequisite for the mediation that could take place. Through three selected case studies, the article looks at what happened in the visual arts field in the spring of 2020 when, from one day to the next, the production and mediation of art moved out of the institutions and «home» to the artists and mediators. While large museums took strategic advantage of the situation, artists used everyday life to create communities and produce new art on digital platforms.

KEYWORDS: art mediation, everyday life, home, digital platforms, platformization

## Kamerabasert kunst på digitale plattformer

Susanne Østby Sæther

I artikkelen «Kamerabasert kunst på digitale plattformer» undersøker Susanne Østby Sæther hvordan kunstnere og kunstinstitusjoner under nedstengingen våren 2020 tok i bruk sosiale medieplattformer for deling og distribusjon av foto- og videokunst. Pandemien ble en katalysator for økt digital distribusjon av og tilgang til kunst, men førte samtidig til en økende plattformisering av kunstfeltet. Med denne spenningen som bakteppe analyserer Sæther hvordan et utvalg kamerabaserte kunstneriske praksiser og verk ble utfoldet og utfordret i møtet med ulike plattformers tekniske begrensninger og muligheter. Gjennom tre casesstudier viser Sæther at aspekter som Zooms skjerm-delingsfunksjon og rutedelte grensesnitt og Instagrams prioritering av vertikalt videoformat ble utgangspunkt for komplekse kunstneriske forhandlinger, og for utvikling av nye strategier for distribusjon i kunstfeltet. På ulike vis utfordrer disse strategiene aspekter ved etablerte institusjoner, enten «institusjoner» forstås som plattformer eller som kunstinstitusjoner.

**NØKKEWORD:** kamerabasert kunst, digital distribusjon, plattformisering, Zoom, Instagram

In the article «Camera-Based Art on Digital Platforms», Susanne Østby Sæther examines how, during the lockdown in the spring of 2020, institutions, artists and art used social media platforms for the sharing and distribution of photo and video art. The pandemic became a catalyst for increased digital distribution of and access to art, but at the same time led to an increasing platformization of the art field. With this tension as a backdrop, Sæther analyzes how select camera-based artistic practices and works were developed and challenged in the encounter with the technical limitations and possibilities of various platforms. Through three case studies, Sæther shows that aspects such as Zoom's screen-sharing function and gridded interface, and Instagram's prioritization of the vertical video format became the starting point for complex artistic negotiations, and for the development of new strategies for distribution in the art field. In various ways, these strategies challenge aspects of established institutions, whether «institutions» are understood as platforms or as art institutions.

**KEYWORDS:** camera-based art, digital distribution, platformization, Zoom, Instagram

## **Pandemi som mulighetsrom for digital transformasjon**

Aina Landsverk Hagen, Ingrid M. Tolstad og Sara Berge Lorenzen

I denne artikkelen ser forfatterne på hvordan de to norske kunst- og kulturorganisasjonene Det Norske Teatret og Henie Onstad Kunstsenter som organisasjoner responderte på og utforsket mulighetsrommet

for nye digitale praksiser i kjølvannet av covid-19-pandemien. De undersøker hvordan arbeidet med å digitalisere kunstnerisk produksjon og formidling henger tett sammen med intern krisehåndtering og følgende omorganisering av arbeidshverdag, samarbeids- og kommunikasjonsformer. Et sentralt funn er hvordan behovet for en utstrakt digital kompetanse under pandemien blir stående i motsats til organisasjonenes forståelse av egen virksomhet – henholdsvis teaterforestillingen og kunstutstillingen – som noe som grunnleggende sett ikke kan digitaliseres. Dette paradokset åpner for at ansatte og ledelse internt kan utfordre, utforske og diskutere grensene og mulighetene for det de driver med, samtidig som det foregår en maktforskyvning og et skifte internt i organisasjonene rundt hvilke kompetanser, funksjoner og ansattgrupper som har innflytelse, ressurstilgang og status.

**NØKKEWORD:** pandemi, krisehåndtering, organisasjonsteori, kulturinstitusjoner, digitalisering

This article looks at how two Norwegian arts institutions, Norwegian Theater and Henie Onstad Art Center, as organizations responded to and explored the scope of opportunities for new digital practices in the wake of the Covid-19 pandemic. It investigates how the work to digitalize artistic production and dissemination is closely connected to internal crisis management and the reorganization of everyday work, including forms of collaboration and communication. During the pandemic, the need for extensive digital competence comes to stand in opposition to the organizations' understanding of their own artistic activities – the theatre performance and the art exhibition respectively – as something that fundamentally cannot be digitalized. This paradox allows employees and management to internally challenge, explore, and discuss the boundaries and possibilities of what they do, while also producing a reshuffling of power and an internal shift within the organizations concerning which competences, functions and groups of employees have influence, access to resources and status.

**KEYWORDS:** pandemic, crisis management, organizational theory, arts institutions, digitalization

## Mulighet og risiko. Digital kulturpolitikk for barn og unge

Ole Marius Hylland og Bård Kleppe

Denne artikkelen beskriver utviklingen av en digital kulturpolitikk for barn og unge i Norge. Utviklingen beskrives som en kulturpolitisk endring av forholdet til den digitale, digitaliserte og skjermbaserte kulturen. Den digitale kulturpolitikk for barn og unge er fortellingen om en gradvis økende aksept av og anerkjennelse for digitale kulturuttrykk, og en gradvis svekket ambivalens til disse uttrykkene. Det er i særlig grad fortellingen om hvordan dataspill stegvis har blitt integrert i den norske kulturpolitikken rettet mot barn og unge. Samtidig er det også fortellingen om hvordan de digitale plattformene har blitt omfattet av en resignert anerkjennelse. Den digitale kulturpolitikken har utviklet seg i en balansegang mellom risikoer og muligheter, der mulighetene med årene har fått mer kulturpolitisk oppmerksomhet. Forståelsen av digitale kulturuttrykk og digitale plattformer har blitt mer nyansert.

**NØKKEWORD:** digitalisering, digital kultur, kulturpolitikk, barn og unge

This article describes the development of a digital cultural policy for children and young people in Norway. The development is described as a cultural policy change in relating to digital and digitized cultural expressions. Digital cultural policy for children is a story of a gradually increasing acceptance and recognition of digital cultural expressions, as well as a gradually weakened ambivalence towards them. More particularly, it is a story of how computer games have gradually been integrated into Norwegian cultural policy towards young cultural consumers. It is also a story of how digital platforms have been met with a

somewhat resigned acceptance. Digital cultural policy has developed in a balance between risks and opportunities, where the opportunities over the years have come to receive more cultural policy attention. The understanding of digital cultural expressions and digital platforms has become more nuanced.

**KEYWORDS:** digitalization, digital culture, cultural policy, children

## **Massedigitaliseringens politikker**

Nanna Bonde Thylstrup

Massedigitalisering af kulturarv er en af nutidens vigtigste kulturpolitiske anliggender. Biblioteker og kulturarvsinstitutioner kloden rundt arbejder på højtryk for at få deres samlinger digitaliseret. Disse projekter har skabt et videnslandskab, som var utænkeligt for blot 20 år siden, men som de fleste har vænnet sig til at bevæge sig rundt i i dag: Europeana, Digital Public Library of America, Google Books og en underskov af såkaldte «skyggebiblioteker» såsom Monoskop og Sci-Hub, der giver gratis adgang til deling og download af bøger m.m. i digital form. Nasjonalbiblioteket i Norge har lagt sig i førertrøjen, når det angår den digitale transformation af dets samlinger. Bibliotekets massedigitaliseringsprogram vidner om en kulturpolitisk beslutning, der ser nødvendigheden af at lade den offentlige sektor sikre Norges kulturelle erindring i digitalt format. Denne artikel angiver de parametre, hvorfra man kan begynde at forstå de kulturpolitiske implikationer af massedigitaliseringsprojekter såsom det norske.

**NØGLEORD:** massedigitalisering, vidensinfrastruktur, kulturpolitik, digital transformation

Mass digitization is one of the most important cultural political issues of our times. Libraries and cultural heritage institutions are working hard to digitize their collections and artefacts. These projects have created knowledge infrastructures that were unthinkable only twenty years ago, but whose existence most of us have today become habituated to: Europeana, Digital Public Library of America, Google Books and a series of «shadow libraries» such as Monoskop and SciHub that offer free access to sharing and download of books and articles in digital form. The National Library of Norway has taken the Nordic lead in the digital transformation of their collections. Their mass digitization programme symbolizes a cultural political strategy that emphasizes the necessity of framing the digitization of the Norwegian cultural memory as a public sector concern. This article outlines the parameters of the cultural political implications of mass digitization projects such as that in Norway.

**KEYWORDS:** mass digitization, knowledge infrastructure, cultural politics, digital transformation

## Withdrawal and disconnection in times of quarantine

Pepita Hesselberth

In this article, Pepita Hesselberth reflects on the paradox of dis/connectivity during the pandemic by looking into some of the new *online* platforms and gestures of social, political, and cultural withdrawal and disconnection emerging out of the present situation. The article touches on the rise of the quarantine meme, the «online super-spreader» #I-no-longer-participate and Zoom's aesthetics vis-à-vis the surge of online meditation retreats, to speculate on what remains of the paradox of dis/connectivity in the time of COVID-19, when people

## Sammendrag

find themselves increasingly disconnected from the flow of everyday life and yet are coerced into connecting through online media in unprecedented ways.

**KEYWORDS:** disconnection, withdrawal, Zoom aesthetics, retreat culture, Covid