

«Je suis sick of this shit»

Terrorangrep, memetisk kultur og digitale sorgriter

Kyrre Kverndokk

Institutt for arkeologi, historie, kultur- og religionsvitenskap, Universitetet i Bergen

E-post: kyrre.kverndokk@uib.no

Abstract

This paper discusses the performativity and spreadability of digital slogans and visual expressions after the terrorist attacks in Oslo and Utøya in Norway in 2011 and Paris in November 2015. The analysis is based on online fieldwork and is first and foremost focusing upon the uses of Facebook from the point of view of a Norwegian social media user.

While there has been a tendency in folkloristic work on digital visual forms to emphasize humorous expressions, this paper discusses expressions that are far from funny. After both these terrorist attacks photoshopped images and slogans such as «Oslove» and «Je suis Paris» circulated widely in social media. Drawing on media scholar Henry Jenkins' work, the paper examines the spreadability of such expressive forms and discusses some cultural implications of the intertwining of digital networks and everyday life. It argues that the transnational spreadability of such digital forms brings the terrorist attacks closer to the everyday lives of media audiences far away. Drawing on disaster scholar Adi Ophir's term catastrophization, it concludes that that rapid and wide circulation of such digital forms contributes to a process of cultural catastrophization, adding a sense of a seemingly constant state of emergency to the everyday life of a transnational media audience.

Keywords:

- *Social media*
- *memes*
- *terror attacks*
- *rituals*
- *risk perception*
- *digital traditions*

Tirsdag 2. juni 2020 gikk Instagram i svart. I løpet av noen timer spredte et helsort bilde seg, merket med emneknaggen #blackout-tuesday. Foranledningen var drapet på George Floyd under en arrestasjon i Minneapolis en drøy uke tidligere, og de påfølgende demonstrasjonene mot rasisme og politivold – både i USA og Europa. Slike transnasjonale, digitale massespredninger av bilder og slagord er etter hvert blitt ganske vanlige i dagens mediehverdag, enten det dreier seg om humoristiske

kommentarer til store og små hendelser eller det dreier seg om politiske manifestasjoner av typen #blackouttuesday.

Denne artikkelen skal handle om slik posting og spredning i sosiale medier. Jeg kommer ikke til å undersøke #blackouttuesday. Jeg vil i stedet se nærmere på de bilder, symboler og slagord som har vært digitalt distribuert i kjølvannet av terroraksjoner i Europa det siste tiåret. Jeg betrakter denne digitale praksisen som en form for rituell aktivitet.

Jeg skal undersøke hvordan denne aktiviteten har artet seg, og hva slags forbindelser mellom mediepublikum og terrorhendelse den var med på å etablere. Artikkelen vil først og fremst fokusere på bruken av sosiale medier etter terroraksjonen i Oslo og på Utøya 22. juli 2011 og etter skytingen på Bataclan og fem andre steder i Paris 13. november 2015.

Tilnærminger til memetiske kulturuttrykk

I studiet av den transnasjonale digitale delingskulturen står to begreper sentralt. Det første av dem er *memer*. Begrepet brukes på flere måter. I snever forstand er det en sjangerbetegnelse for en type digitale bilder «that are captioned with humorous, sometimes nonsensical text» (McNeill 2014:179). En slik sjangerdefinert tilnærming til *memer* ser ut til å dominere den folkloristiske forskningen, gjerne som et emisk sjangerbegrep (se f.eks. Szpila 2017; Tolgensbakk 2017). En betingelse for at disse bildene skal kunne kalles *memer*, er imidlertid også at de blir distribuert bredt og i et raskt tempo (se McNeill 2013:83), det vil si at de er gjenstand for det som kan kalles *memetisk spredning* (Milner 2018:3). I medievitenskapens *meme*begrep ser det ut til å være lagt større vekt på medieringen enn på sjangerkjennetegn. For eksempel hevder medieviteren Jim McGrath at:

Broadly speaking, a digital object, is often labeled an 'internet meme' once it begins to spread (often quickly, or 'virally', to embrace a popular metaphor) across various social media networks and digital publication platforms, especially when the object is seen moving far beyond the network of the individual who first circulated it (McGrath 2019:505).

Sett fra et folkloristisk sjangerperspektiv kan ikke de digitale uttrykkene som har sirkulert

som reaksjoner på terrorangrep kalles *memer* – de er ikke humoristiske og mange av dem inneholder kun slagord. Sett fra et medievitenskapelig medieringsperspektiv er de imidlertid memetiske, og kan slik sett betraktes som *memer*.

Begrepet *meme* har sin opprinnelse i den populariserte naturvitenskapen, nærmere bestemt Richard Dawkins' bok *The selfish gene* (1976). Dawkins forstod *memer* som kulturelle paralleller til det menneskelige arvestoffet, altså en minste kulturell bestanddel. Som gener var de replikatorer og, han skriver: «Just as genes propagate themselves in the gene pool by leaping from body to body via sperms or eggs, so memes propagate themselves in the meme pool by leaping from brain to brain via a process which, in the broad sense, can be called imitation» (Dawkins [1976] 2006: 249). Han lister opp melodier, forestillinger, faste språklige uttrykk, klesmote, pottemakeri og byggeskikk som eksempler på slike *memer* (ibid.), med andre ord det kulturforskere gjerne har kalt traderte kulturuttrykk. Fra et folkloristisk perspektiv er det lett å kritisere Dawkins' begrep. Det blander sammen det folklorister har en rekke begreper for å beskrive, som sjanger, motiv og tradisjon, samtidig som traderingen av disse kulturuttrykkene blir beskrevet som en helt mekanisk prosess. Dawkins' *meme*begrep er da også blitt kritisert av flere kulturforskere (f.eks. Jenkins m.fl. 2013; Shifman 2014:11–12). Likevel har *meme*begrepet vunnet innpass i så vel folkloristikken som i annen kulturforskning, om enn med et noe snevrere begrepsinnhold enn det Dawkins la til grunn. Til tross for denne innsnevringen, bærer begrepet med seg en semantisk ballast fra Dawkins. Som sjangerbegrep betones i stor grad formuttrykket, gjerne med fokus på kreative varianter over ulike tekst- og billedmotiver. Som distribueringsbegrep er det nettopp spredningen av kulturuttrykkene som blir

vektlagt. Det er imidlertid få studier som legger vekt på selve delingspraksisen, med de intensjoner og motivasjoner den måtte innebære. Slik sett er ikke avstanden til Dawkins, begrep så stor. Han skal selv ha uttalt at dagens bruk av memebegrepet ligner det han opprinnelig la i det (McGraph 2018:508).

Det andre sentrale begrepet er adjektivet *viral*. På norsk er det anglofiserste å gå *viralt* gått inn i dagligtalen som et uttrykk for memetisk spredning. Denne virusmetaforen er imidlertid ikke bare et uttrykk som brukes i hverdagspråket. Det er også blitt en del av fagspråket, som sitatet fra McGrath er et eksempel på. Virusmetaforen er nokså problematisk. Koronapandemien våren 2020 har minnet oss på at virus sprer seg planløst, både mellom dyr eller mennesker og mennesker imellom. Slik er det ikke med kulturuttrykk. Medieviteren Henry Jenkins mener at begrepet om memetisk spredning og virusmetaforen tilslører hvordan digitalt medieinnhold blir distribuert, og får det til å virke som om det sprer seg av seg selv. Slike begreper tilslører at folk gjør aktive valg når de deler innhold i de sosiale mediene. Det gjelder både hvem de deler det med, hvor de deler det og hvorfor de deler det. På samme måte er også publikum aktive mediebrukere gjennom å like, dele videre, kommentering eller også ved å ignorere det de får servert digitalt (Jenkins m.fl. 2013). Jenkins' kritikk bygger på en lang tradisjon med resepsjonsstudier, som var etablert i den kulturvitenskapelige medieforskningen lenge før internett (f.eks. Fiske 1987).

I tråd med Jenkins' kritikk av memebegrepet skal jeg ikke undersøke bilder og slagord isolert sett. Jeg er snarere interessert i hva slags kulturell praksis slike uttrykksformer er del av, det vil si hva slags meningsskapende prosess de inngår i. Jeg betrakter digitalt distribuerte bilder og slagord som rituelle uttrykksformer, og jeg er opptatt av hva slags

rituell og kulturell betydning slik posting og deling har. Jeg forstår ritualer som kollektive, performative, ekspressive og mønsterbunnete handlinger som potenstelt sett virker transformativt på deltagerne (se f.eks. Connerton 1989:58; Klein 1995:14; Turner 1967).

En slik innfallsvinkel til sosiale mediepraksiser bygger på to teoretiske premisser. For det første ser jeg på posting og deling som performative handlinger. Det vil si at posting alltid blir gjort med et publikum i tankene. Den som poster ønsker å kommunisere noe til andre mennesker, enten det er noe han eller hun tenker, mener, føler, forakter eller bare ler av. Slik posting er gjerne motivert ut fra et ønske om feedback fra følgere og venner (Buccitelli 2012:60). Postingen er ikke en mekanisk videreføring, tvert imot innebærer den et samspill mellom den som poster, dens følgere og det medieinnholdet som videreføres. Ved å gi feedback bidrar følgerne til å gjøre postene synlig i andres feed, og slik bidrar de til å gjøre videre spredning mulig. Samtidig kan de selv velge å dele innholdet videre, eller å modifisere det slik at det passer bedre til det budskapet de selv vil formidle. I så måte ligner denne videreføringsprosessen tradingsprosesser av muntlig fortelling (se f.eks. Ortutay 1959). På samme måte som et variantmangfold av en muntlig fortelling er tegn på en levende fortellertradisjon, vil også et mangfold av digitale uttrykksformer være et tegn på at mediedeltakerne har forholdt seg aktivt til innholdet. Dette leder over til det andre teoretiske premisset: En slik innfallsvinkel bygger på en forståelse av sosiale medier som såkalte *spreadable media*. Begrepet er lansert av Jenkins, og innebærer mer enn at spredningspotensialet er et karakteristisk trekk ved de sosiale mediene. Begrepet *spreadable* kan oversettes med brebarhet eller smørbarhet. I engelsk hverdagspråk blir det brukt om hvor egnet et pålegg er til å bres ut over en brødskive.

Hvis et pålegg skal være smørbart, må det også feste seg til brødskiva. Smørbarhet, påpeker Jenkins, henger sammen med klebrighet. Brukt som en kulturteoretisk metafor innebærer det at spreadability viser til et kulturuttrykks mulighet til å spre seg i sosiale medier, samtidig som det brebare også har kulturell betydning (Jenkins m.fl. 2013:4–9). Det er meningsskapende, også ut over sosiale medier som distribusjonssfære.

Denne artikkelen tar utgangspunkt i Jenkins' begrep om spreadability. Jeg vil først ta for meg de uttrykksformene som sirkulerte digitalt etter terroraksjonen 22. juli 2011, deretter følger analysen av digitale sorguttrykk etter terroraksjonen i Paris 13. november 2015. Ved å undersøke dem kronologisk, ønsker jeg å få fram hvordan en type digital, rituell praksis utvikler seg over tid. I tillegg til å se på mønstre og kontinuitet, er hensikten også å få fram noen av forskjellene i kulturell klebrighet ved disse to digitale hendelsene. Begge hendelsene blir undersøkt fra et norsk ståsted. Fra et slikt ståsted er det noen åpenbare forskjeller mellom disse to digitale hendelsene. Terroristen i 2011 var som kjent høyreekstrem og norsk. Han var «en av oss», for å bruke Åsne Seierstads formulering (2013), mens islamistiske terrorister, som gjerningsmennene i Paris, gjerne blir betraktet som angrepsmenn utenfra. Denne forskjellen er nokså åpenbar. Det materialet jeg undersøker gir ikke anledning til å gå dypt inn i forskjellene mellom hvordan folk forholdt seg til høyreekstrem og islamist vold. Det er heller ikke mitt anliggende. Viktigere er det at materialet etter 22. juli var del av bearbeidelsen av tragedien innenfor et norsk sorgfelleskap, mens det var både geografisk og nasjonal avstand mellom terrorhendelse og det digitale mediepublikummet etter terroren i Paris. Denne forskjellen vil danne utgangspunkt for den avsluttende diskusjonen.

Materiale og metode

Analysen bygger på flere korte og mer eller mindre intense digitalt feltarbeid, som i første rekke har foregått på Facebook. I første halvdel av forrige tiår var særlig Facebook og delvis Twitter brukt til distribusjon av digitale bilder og slagord. Jeg har samlet medieinnhold fra Facebook etter flere terroraksjoner. Det har jeg gjort mest systematisk etter terroraksjonen Oslo og på Utøya 22. juli 2011 og etter den koordinerte terroraksjonen mot seks steder i Paris 13. november 2015. Dette materialet er supplert med materiale som er samlet inn under flere mer sporadiske digitale feltarbeid, som etter bombeeksplosjonene i Brussel 22. mars 2016, etter skytingen på en nattklubb i Orlando, Florida 12. juni samme år, etter terrorangrepet med lastebil i Nice 14. juli 2016, etter terrorangrepet i Stockholm 7. april, 2017 og etter terroraksjonen i Manchester i 22. mai 2017. I disse tilfellene har jeg først og fremst vært opptatt av å finne gjentakende mønstre og kreative variasjoner over de samme uttrykksformene.

Feltarbeidet er utført i min egen Facebook-feed. Det har naturligvis noen klare begrensinger. Det er delvis begrenset av algoritmene til Facebook og hva som dukker opp i feeden min, og delvis begrenset av hva slags digitale vennenettverk jeg inngår i. For å få en empiri som peker ut over egne nettverk har jeg derfor også søkt på utvalgte emneknagger på Twitter, forfulgt innholdet i Facebook-grupper og fulgt kontinuerlig med i nyhetsmedier. Jeg har betraktet gjentakende mønstre i materialet som tegn på at de motivene jeg har samlet inn har blitt tradert og distribuert bredt i de sosiale mediene. Når jeg har lagt vekt på å samle inn nokså bredt distribuerte medieuttrykk, så har det nettopp vært motivert ut fra et ønske om å dokumentere noen av de uttrykksformene som kan sies å representere gjengse reaksjoner på terrorangrepene.

Etter 22. juli 2011 pågikk feltarbeidet over enn viss tid, og mye av materialet ble samlet inn en god stund etter selve terroraksjonen.²⁰ Etter terrorangrepene i Paris i november 2015 var jeg mer trent i denne type digitalt hendelsesfeltarbeid. Jeg begynte feltarbeidet samme kveld som angrepene fant sted, og var mer eller mindre konstant pålogget til den intense delingsaktivitet hadde avtatt, det vil si tre dager senere. I løpet av denne perioden samlet jeg skjermdumper og billedfiler, samtidig som jeg førte feltlogg over hendelsesforløpet og utviklingen både i sosiale og konvensjonelle medier.²¹ Denne loggen har vært et viktig grunnlag for analysen. I og med at feltarbeidet tok utgangspunkt i min egen Facebook-feed, reflekterer det i stor grad norske og skandinaviske reaksjoner på terrorhendelsene. Dette er som nevnt også hensikten med undersøkelsen. Jeg har vært ute etter å undersøke hvordan et slikt digitalt rituelt forløp har fortonet seg i en transnasjonal nettverkskultur, med geografisk og nasjonal avstand mellom terrorhendelse og mediepublikum. Noen av de tekstene og bildene som det blir vist til har riktignok sitt opphav andre steder, men de er også blitt delt og likt av Facebook-brukere her i landet.

Jeg var ikke bare opptatt av selve medieinnholdet, men også tidspunkt for posting, hvordan ulike medieuttrykk spredte seg og hvordan postingen endret karakter. Dermed måtte feltarbeidet nødvendigvis bli gjort umiddelbart. Det hefter seg en del etiske problemer ved en slik framgangsmåte. Det var ikke tid til å sende inn og få godkjent meldeskjema til NSD personverntjenester. Det var heller ikke tid til å be om samtykke for hver skjermdump jeg tok og hvert bilde

jeg lastet ned. Derfor valgte jeg å samle inn slagord og bilder, heller enn å fokusere på hvem som postet dem. Materialet er hovedsakelig distribuert medieinnhold og det sier lite om de enkeltpersonene som har postet dem. Det inneholder dermed ikke personopplysninger. I denne artikkelen er også omtalen av postingen holdt i generelle vendinger, og det er ikke mulig å identifisere enkeltpersoner. Det er imidlertid noen få unntak. Jeg har tatt vare på enkelte av de tekstene som fulgte bildene, fordi de inneholdt nyttige kontekstuelle opplysninger. Disse tekstene er meningsytringer om terrorhandlingen og inneholder ikke persondata eller personsensitiv informasjon. Jeg siterer en av dem i denne artikkelen. Jeg gjengir også et bilde som var tatt av en av Facebook-brukerne, og som denne brukeren selv postet etter terrorangrepene i november 2015 (se bilde 7). I begge tilfeller har jeg innhentet informert samtykke i etterkant. Jeg har også valgt å gjengi enkelte sitater fra offisielle profiler til offentlige personer, samt sitater som har fått så stor spredning på tvers av medier at både innholdet og avsender er allment kjent. I disse tilfellene har jeg betraktet sitatene som offentlige ytringer (jf. NESH 2019:10).

Digitale sorgriter etter 22. juli

Med web 2.0 ble det mulig å lage digitale minnesider etter dødsfall. Til å begynne med var disse gjerne egne blogger eller hjemmesider, men da Facebook ble allment tilgjengelig, tok det ikke lang tid før også denne plattformen ble brukt til å opprette minne- og sorggrupper (Gustavsson 2011:134). Da terroren rammet Norge i 2011, var slike grupper blitt såpass vanlige at de raskt ble en del av det ri-

20. Se Kverndokk 2013a for utfyllende empirisk beskrivelser av materialet.

21. Mye av materialet er nå fjernet fra nettet. Det innsamlede materialet inneholder ikke lenkeadresser. Det har delvis å gjøre med at arbeidet nødvendigvis måtte gå raskt for seg, og delvis å gjøre med at jeg i minst mulig grad ville knytte materialet til privatpersoner og deres Facebook-profiler. Derfor er det i hovedsak heller ikke brukt lenkeadresser når materialet blir sitert i artikkelen.

tuelle repertoaret for å bearbeide hendelsen. Dette var trolig en av de første terroraksjonene der de sosiale mediene var en integrert del av den kollektive, folkelige sorgbearbeidelsen. På det tidspunktet var de sosiale mediene fortsatt ganske nye, og særlig Facebook hadde fram til da gjerne blitt brukt til å dele trivialiteter. Bare fire år tidligere hadde en artikkel i *Norsk medietidsskrift* beskrevet den nye medieplattformen som en farsott som inneholdt «en salig blanding av ekshibisjonisme og voyerisme» (Guriby 2007:376). Men i 2011 var Facebook og Twitter blitt etablerte massemedier.²² Dermed fikk de sosiale mediene også annen rolle i offentligheten. De spilte en sentral rolle under den arabiske våren (se f.eks. Faris 2015), og ikke minst her i Norge under og etter terroren i Oslo og på Utøya. De fikk avgjørende betydning for både innholdet og forløpet i den offentlige sorgen i dagene etter 22. juli (se Kverndokk 2013a; 2013b).

De første digitale sorggruppene på Facebook ble opprettet så å si umiddelbart etter at bomben hadde eksplodert i Regjeringskvartalet. Ut over kvelden kom det flere. Den viktigste var en arrangementsside som het «Fakkeltog – Norge står samlet mot terrorhandlinger», som senere skiftet navn til «Kvelden Norge stod samlet mot terrorhandlingene». Denne Facebook-gruppen var utgangspunktet for rosetogene tre dager senere. Ved hjelp av Facebook kunne vanlige folk, uten formelle verv eller posisjoner i det offentlige liv, få innflytelse på den offentlige

sorgprosessen. Det offentlige Norge kunne ikke holde følge med det høye tempoet og den brede koordineringen som var blitt mulig gjennom Facebook. Dermed tok regjeringen, Kongehuset og lokale myndigheter del i de Facebook-koordinerte arrangementene (Kverndokk 2013a:175–178). Over én million mennesker deltok i rosetog i mer enn 150 kommuner. Hvis vi regner inn de som fulgte TV-sendingen, deltok eller fulgte over tre millioner nordmenn disse markeringene (se Botvar 2013; Agedal m.fl. 2013: 262).

De mange minnstedene, rosetogene og minnesmarkeringene rundt om i landet kan karakteriseres som sorgriter (Agedal m.fl. 2013).²³ Mer overordnet kan de betraktes som det antropologen Victor Turner kaller *rites of affliction*, det vil si lindringsrite eller kriserite (Turner 1967:9; Bell 1997:115–120). Slike ritualer rydder i krisens kaos. De transformerer kroppslig, religiøs eller i dette tilfellet kulturell uorden til orden. Etter 22. juli 2011 ble hverdagslivets orden raskt gjenopprettet for de av oss som ikke var direkte berørt av terrortragedien. I oktober skrev *Aftenposten*: «Sommerens mantra var mer kjærlighet, samhold og demokrati. Mye tyder på at hatet er på full fart tilbake.»²⁴ Organisasjonen «Stopp islamiseringen av Norge» demonstrerte utenfor Stortinget, mens politiet holder motdemonstrantene på forsvarlig avstand. Noen måneder tidligere syntes det utenkelig, men etter kort tid gikk samfunnet og samfunnsdebatten videre som før (Kverndokk 2012).

22. Det var på det tidspunktet registrert 2 300 000 norske Facebook-brukere og 200 000 Twitter-kontoer (Gjestland 2012:133).

23. I begrepet sorgrite legger jeg til grunn en forståelse av sorg som en offentlig hendelse. Mens det i dag er vanlig å betrakte sorg som et privat anliggende, har sorgen kulturhistorisk sett også vært offentlig. Tidligere deltok lokalsamfunnet i sorgen i forbindelse med begravelser, og sorgen kunne bli uttrykt i det offentlige rommet med sørgebånd og gråtekoner (Hodne 1980). Den mer eller mindre formaliserte ordningen med landesorg er nettopp et uttrykk for at sorgen ikke bare er personlig, men offentlig og kollektiv. Slik var det også etter 22. juli. 21. august 2011 ble det for eksempel avholdt en nasjonal minneseremoni etter terroren, og dagen ble av mange oppfattet som en nasjonal sørgedag.

24. <https://www.aftenposten.no/norge/i/BRprQ/rosetoget-er-gaatt?>, lesedato 11.06.20.

En av grunnene til det, kan ha vært den overveldende intensiteten og effektiviteten i kriseritene, blant annet på grunn av de sosiale mediens betydning som rituell arena. Samlet sett kan alle markeringer og rituelle uttrykksformer i dagene etter terroren betraktes som det medieviterne Daniel Dayan og Elihu Katz har kalt en mediehendelse (Dayan og Katz 1992). Det vil si rituelle hendelser der massemedieringen er innvevd i hendelsens formspråk, forløp og dramaturgi. Dayan og Katz har studert slike hendelser i TV-alderen, og har vist hvordan store TV-sendte begivenheter skapte felles referanser og opplevelser hos publikum. Med utgangspunkt i bryllupet til Charles og Diana i 1981 skriver de om hvordan «a joyful spirit of the moment» bredte seg som en mediert liminaltilstand (Dayan og Katz 1992:104). En av konklusjonene deres er at slike mediehendelser skaper «an upsurge of fellow feeling, an epidemic of communitas» (Dayan og Katz 1992:196). Med Jenkins' begrep kan vi kanskje si at slike mediehendelser er spreadable, de både brer om seg og får kulturell virkning. I dagens medievirkelighet er de sosiale mediene en inkorporert del av mediehendelsene, og hendelsenes publikum er også blitt innholdsprodusenter (jf. Jenkins 2008:2–3). Det gjør at mediehendelser like mye kan medieres nedenfra, som gjennom de store mediehusene.

Bruken av sosiale medier virker inn på mediehendelsens tempo, men også på dramaturgien og meningsinnholdet. Slik var det i dagene etter 22. juli 2011. Kjærlighetsretorikken, som preget sorgmarkeringene, fant sin form i de sosiale mediene. Natten etter terroraksjonen satt 18 år gamle Helle Ganestad hjemme, langt unna Utøya, og tvitret: «Når en mann kan forårsake så mye ondt – tenk hvor mye kjærlighet vi kan skape sammen.» I løpet av kort tid var disse ordene allestedsnærværende – i pressen, i etermediene, i de sosiale medier, i offisielle taler og på de

spontane minnstedene. Da kronprins Haakon stod foran 200 000 mennesker i Oslo 25. juli og sa at gatene var fylt av kjærlighet, virket det derfor ikke som en floskel. Det var tvert imot troverdig (Kverndokk 2012; 2013a og b).

De rituelle handlingene i sosiale mediene og de mange markeringene rundt om i landet var sammenvevde. Ikke bare var symbolikken og formen på markeringene initiert, utformet og distribuert gjennom sosiale medier. Rose-togene, og ikke minst de spontane minnstedene, fant også veien tilbake til de sosiale mediene, i form av bilder og refleksjoner. De mange Facebook-gruppene som oppstod i dagene etter 22. juli fungerte som kanaler for slik posting. Der postet folk også ulike kollasjer, symboler og plakater med slagord som skulle uttrykke deres medfølelse og sorg. I tillegg la mange norske, og også utenlandske Facebook-brukere, til et norsk flagg på profilbildet sitt eller erstattet profilbildet med symbolet Oslove (bilde 1). Dette symbolet bredte raskt om seg, både på nett og på spontane minnsteder.

Å poste slike symboler og mer eller mindre photoshoppede bilder og uttrykk i sosiale medier har likhetstrekk med spontane minnsteder i det fysiske rom. Folkloristen Jack Santino mener at spontane minnsteder kjennetegnes av å være performative og kommemorative. Folk oppsøker dem for å vise (fram) sin sorg og medfølelse. De bildene, gjenstandene, blomstene, lysene og tekstene som samler seg på slike steder er samtidig med på å forme det sosialt delte minnet om den eller de avdøde. Spontane minnsteder er slik sett symbolske forhandlingsarenaer der minnet om den eller de avdøde blir kollektivt formet. I den forstand er slike minnsteder like mye praksiser som steder (Santino 2006). Slik er det også med sorgmanifestasjoner i sosiale medier. De er også performative og kommemorative. De er arenaer der folk kan vise sin med-

1a–b: Oslove-motivet som digital plakat og på minnesstedet som oppstod utenfor Oslo Tinghus under rettsaken mot terroristen. Foto: Kyrre Kverndokk.



følelse, samtidig som de symbolene og uttrykksformene som blir postet er med på å sette sitt preg på den kollektive sorgprosessen.

Blant de mest besøkte digitale minnessteder var Facebook-gruppen «Tenn et lys for de skadde og døde etter tragedien i Oslo og på Utøya». Den hadde 1,3 millioner medlemmer, men var åpen slik at det som ble postet der også var synlig for medlemmenes venner. På denne siden postet folk bilder av tente lys. Denne enkle, private sorghandlingen fikk dermed et stort publikum, som kunne la seg inspirere til å gjøre det samme. Bildene var til forveksling like hverandre, samtidig som variasjonen mellom dem også var meningsbærende. For variasjonen viste at dette var individuelle bidrag. Hvert bilde dokumenterte at mennesker rundt om i Norge og utlandet tente hvert sitt lys for ofrene. De stadig nye bildene som ble postet holdt den

digitale flammen i live i månedsvis. Så sent som i oktober 2011 ble det lagt ut over 40 nye bilder om dagen. Slik synliggjorde denne Facebook-gruppen en viktig funksjon som sosiale mediene hadde etter terroren 22. juli. De mange bildene dannet lange kjeder av bilder som ble imitert, kommentert og likt. De skapte forbindelser mellom deltakerne på tvers av tid og rom. Og det ble klart at hver og en av dem var del av et større sorgfelleskap.

Medieviteren Marshall McLuhan definerte i sin tid medier som forlengelser av kroppen og sanseapparatet (McLuhan 1968: 43–45). Disse postingene og delingene var slike forlengelser – av handlinger og følelsesreaksjoner. De skapte en følelse av felles erfaringer. Dermed var de med på å etablere et forestilt følelsesfelleskap, og å framkalle

det Dayan og Katz har kalt «an epidemic of communitas» (Dayan og Katz 1992:196).

Mitt poeng med denne gjennomgangen av sorgprosessen etter terroren 22. juli 2011 har vært å vise hvordan posting og distribusjon av digitale uttrykksformene var inkorporert i en rituell prosess, der handlinger og hendelser online og offline var sammenvevde. Samtidig var de rituelle handlingene i sosiale medier etter 22. juli med på å forme et digitalt symbolspråk for å uttrykke medfølelse etter terroraksjoner.

Digitale sorgriter etter terroren i Paris 13. november 2015

Det er nå blitt vanlig å bruke Facebook, Instagram eller Twitter til å uttrykke sorg og samfølelse etter terrorhendelser. Det har selv sagt å gjøre med at bruken av sosiale medier er blitt en del av dagliglivets medievaner. Samtidig har mediehendelser som den digitale sorgprosessen etter 22. juli nettopp vært med på å etablere en måte å bruke sosiale medier på for å uttrykke medfølelse og kollektiv sorg. Fra sommeren 2011 og fram til angrepet på lokalene til satiremagasinet *Charlie Hebdo* i januar 2015 var det flere mindre terrorhendelser i Europa, men ingen av som forårsaket store dødstill eller påkalte stor medieoppmerksomhet.²⁵ Det var derfor først fra 2015 at de sosiale mediene igjen ble brukt som kollektiv arena for sorg og støtteerklæringer på måter som lignet bruken etter 22. juli 2011.

På de neste sidene skal jeg gå nærmere inn på hvordan slagord, emneknagger, bilder og plakater ble postet og distribuert som reaksjoner på terroraksjoner i Europa, med utgangspunkt i bruken av sosiale medier etter terrorangrepene i Paris 13. november 2015. Da ble 130 mennesker drept og over fire

hundre skadet i et islamistisk angrep på konsertstedet Bataclan og fem andre steder i Paris. Jeg skal først gjøre kort rede for hvordan responsen på Facebook utviklet seg i dagene etter angrepene. Deretter følger noen analytiske betraktninger. Der trekker jeg linjer til den digitale responsen etter andre terroraksjoner i den vestlige verden i perioden 2015–2017. Samtidig trekker jeg linjer tilbake til det digitale forløpet i dagene etter 22. juli 2011.

Skytingen på Bataclan-teateret skjedde etter klokken 21 på kvelden, og det var først nærmere midnatt at bildet av tragedien begynte å tegne seg klart i mediene. Morgenen etter var Facebook full av poster, bilder og korte refleksjoner over terrorhendelsene. Arbeiderpartiets leder, Jonas Gahr Støre, var en av dem som postet sine refleksjoner denne morgenen. Han skrev blant annet:

Vi står sammen med det franske folket i sorgen, våre tanker går til de etterlatte og sårede. Paris har gjennom historien formidlet verdier om frihet, likhet og brorskap. Vi står skulder ved skulder med Frankrike i forsvaret av frihet og demokrati.

Støres ord var ganske typiske for hva som ble postet denne morgenen. «Frihet, likhet og brorskap» var ord som ble delt hyppig. Samtidig spredte ulike mer eller mindre billedbehandlede bilder seg raskt. Det gjaldt blant annet en plakat med en Marianne-skikkelse i relieff mot trikolorens farger og fulgt av nettopp ordene «liberté, égalité, fraternité» (bilde 2). I tillegg til trikoloren var tårer et av de motivene som gikk igjen (bilde 3). Et tredje hovedmotiv var Eiffeltårnet. Det sirkulerte i mange varianter. Den mest brukte

25. Wikipedia har gode oversikter over islamistisk og høyreekstrem terrorisme for denne perioden: https://en.wikipedia.org/wiki/Islamic_terrorism_in_Europe; https://en.wikipedia.org/wiki/Right-wing_terrorism#Europe, lesedato 2. juli 2020.

Bilde 2–6.



var en stiliserte tegning der tårnet var ringet inn, slik at det dannet et fredstegn (bilde 4). Det var tegnet av den grafiske designeren Jean Jullien, som tweetet det på kvelden 13. november.²⁶ I løpet av noen timer hadde det spredt seg i alle sosiale medier, men også utenfor de sosiale mediene til de spontane minnstedene i Paris og andre steder. Nesten like vanlig var fotografier av Eiffeltårnet, der emneknaggen #PrayforParis var skrevet inn i bildet (bilde 5). En annen emneknagg som var mye brukt, var #jesuisParis. «Je suis Paris» sirkulerte samtidig som tekst på plakater med sort bakgrunn (bilde 6).

Side om side med bilder og tegninger av Eiffeltårnet, postet folk sine egne turistfotoer av Eiffeltårnet og andre lett gjenkjennelige turistmotiver fra byen, som for eksempel Louvres glasspyramide (se bilde 7). Noen av disse bildene var såpass allmenne at de kunne deles videre. Men de fleste bildene i mitt materiale var personlige, og ble postet sammen

med korte beskrivelser av opplevelser fra Paris. Disse bildene uttrykte personlige minner og var lite egnet for å videre deling.

Midt på dagen lørdag 14. november endret de visuelle uttrykksformene seg. Etter terrorhendelsen i Norge sommeren 2011 hadde Facebook-konsernet åpenbart fanget opp praksisen med å legge flagg og symboler oppå profilmildet for å uttrykke sorg og sympati med terrorofre. Denne kunnskapen brukte konsernet til å selv komme på banen som innholdsprodusent. Facebook tok tak i den allerede etablerte bruken av trikolorens farger, og lanserte et gjennomskinnelige trikolorfilter for profilmilder. Samtidig ble folk oppfordret til å: «change your profile picture to support France and the people of Paris» (bilde 8). I løpet av et par timer hadde filteret erstattet postingen av slagord, mer eller mindre kreative bildevarianter og turistfotografier. Snart dominerte de trikolorifiserte profilmilder fullstendig, iallfall i min Facebook-feed.

26. <https://www.businessinsider.com/eiffel-tower-peace-sign-for-paris-attacks-2015-11?r=US&IR=T>, lesedato 25. juni 2020.



7: Et av de mange turistfotoene som ble postet på Facebook som reaksjon på terrorangrepene 13. november 2015. Gjengitt med tillatelse.



8: Kommentar til trikolorfilteret.

Ut over kvelden gikk delingsaktiviteten over i en refleksiv fase. Ulike kritiske røster ble synlige. Det ble reist kritikk mot emneknaggen #PrayforParis og den religiøse innrammingen av den digitale sorgprosessen som denne emneknaggen var uttrykk for. Blant kritikerne var den britiske artisten Billy Bragg. Han skrev: «This was an abhorrent attack on anyone who goes to a bar, or to a restaurant, to a gig or to a game. The fundamentalists would kill us all for enjoying ourselves.» Samtidig postet han en enkel strektegning der

dette budskapet stod skrevet.: «[F]riends from the whole world, thank you for #prayforParis, but we don't need more religion! Our faith goes to music! Kisses! Life! Champagne and Joy! #Paris is about Life». Tegningen var laget av tegneren Joann Sfar, som arbeidet for *Charlie Hebdo*. Etter at Bragg postet den, ble den delt 18 000 ganger, deriblant av mange norske Facebook-brukere.²⁷

Det var likevel en annen type kritikk som ble dominerende, både på Facebook og ganske snart også i de tradisjonelle mediene.

27. <https://www.facebook.com/billybraggofficial/photos/a.249499147470/10153056675627471/?type=3&theater>, lesedato 25. juni 2020.

Facebooks trikolorfilter ble raskt kritisert for å være eurosentrisk. En av dem som formulerte kritikken var libaneren Hassan Jaloul. Han postet en kommentar på Facebook-konsernets egen Facebook-side, der han refererte til en terroraksjon i Beirut dagen før terrorangrepene i Paris. Der hadde to selvmordsbombere drept 89 mennesker:

Excuse me 'Facebook' but why should I 'change my profile picture to support France and the people of Paris'? Like why the hell would I want to do that? I actually find it very insulting that you have the option available for me. Where was the Lebanese flag when a terrorist attack occurred in Beirut 2 days ago? Where was the Syrian flag all this time? Where was the Armenian flag on the day of 100th anniversary of the Armenian Genocide? I know it's a tragedy, but it's happening everywhere. I'm very happy with my own profile picture, thank you very much.

Disse ordene ble delt mange tusen ganger, og andre fulgte opp med tilsvarende kritikk. Kritikken ble også omtalt i dagspressen, og den førte til at en ny type bilder og plakater dukket opp på Facebook. Det franske flagget

ble sidestilt med det libanesiske og det begynte å sirkulere nye plakater der Paris ble likestilt med Beirut, men også med andre åsteder for terror som Irak, Syria, Libya, Afghanistan, Palestina og Yemen (bilde 9 a og b).

Utpå ettermiddagen søndagen 15. november begynte trikoloren, Eiffeltårnet, #jesuisParis, #prayforParis og de andre uttrykkene å forsvinne fra Facebook-feeden. Samtidig startet det norske Facebook-arrangementet «Tenn lys for Paris» opp. Dette var en side der folk kunne legge ut bilder av lys de hadde tent. 45 000 mennesker hadde haket av for at de skulle delta, mens 15 000 var interesserte. Samtidig var ytterligere 190 000 mennesker invitert. Til sammen var det altså knyttet 250 000 mennesker til det digitale arrangementet, og bilder som ble postet der dukket dermed opp i feeden deres. Etter noen dager ebbet også denne aktiviteten ut.

Fire analytiske betraktninger

På hvilke måter var delingspraksisen etter terrorangrepene i Paris rituellet meningsbærende handlinger? Hvordan var den kulturelt «klebrig» eller «spreadable», for å bruke Jenkins' begrep? Jeg betrakter posting og deling av sympati- og sorgerkåringer som mediale ma-

9a–b: Da Facebooks trikolorfilter ble kritisert begynte kollasjer som disse å sirkulere.



nifestasjoner etter McLuhans forstand, altså som forlengelser av kroppen og sanseapparatet (McLuhan 1968:43–45). Som slike forlengelser etablerer delingene ulike former for forbindelser. Med utgangspunkt i gjennomgangen over vil jeg fremheve fire slike forbindelser.

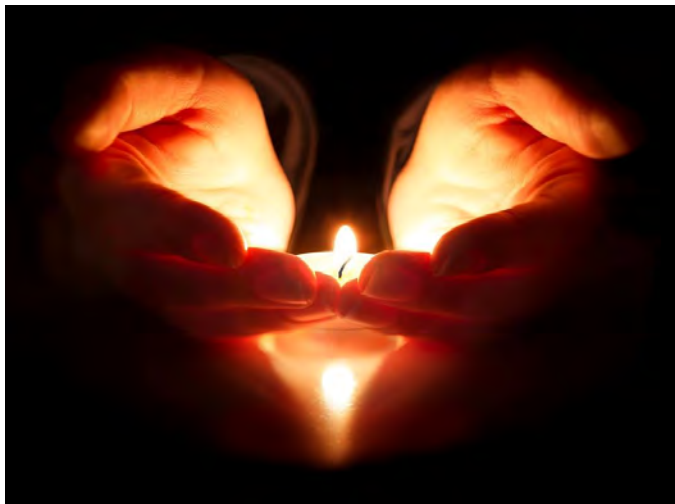
Forbindelser mellom mennesker

For det første etablerte denne digitale praksisen forbindelser mellom mennesker. I likhet med de digitale praksisene etter 22. juli, skjedde det helt konkret ved at postingen og delingen kjedet likeartede ytringer sammen til en sammenhengende manifestasjon som folk kunne delta i, på tvers av geografiske avstander. Slik kunne Facebook-brukere langt unna åstedet få en opplevelse av å være del av det samme følelsesfellesskapet (jf. Dayan og Katz 1992). Den digitale lystenningen er et godt eksempel på det. Å tenne lys til minne om de døde er en rituell uttrykksform som er godt etablert her i landet. I 2011 flyttet den inn på Facebook, som en del av den kollektive sorgprosessen etter 22. juli. Facebook-arrangementet «Tenn lys for Paris» lignet på Facebook-siden «Tenn et lys er de skadde og døde etter tragedien i Oslo og på Utøya».

Riktignok var det langt færre som deltok denne gangen, men det var likevel et stort arrangement. De bildene og tekstene som ble postet lignet til forveksling de som ble postet i 2011. Det var tydelig at det var blitt en etablert uttrykksform, og kanskje frambrakte bildene også minner fra hendelsene fire år tidligere (bilde 10a og b).

Forbindelser mellom mediedeltakere og terrorhendelse

For det annet skapte postingen og delingen av bilder, tekster, slagord og emneknagger forbindelser mellom mediedeltakerne og terrorhendelsene. Som jeg allerede har vært inne på, har slik posting og deling noen likhetstrekk med spontane minnesteder, i den forstand at det kan betraktes som uformelle, performative og kommemorative praksiser (jf. Santino 2006). Samtidig gjorde avstanden mellom åstedet og mediepublikumet noe med uttrykksformen. For i motsetning til de fysiske, spontane minstedene etter store nasjonale katastrofer og terrorhendelser som 22. juli, var det ikke ofrene som var adressaten for de digitale minnehandlingene. Som jeg viste i gjennomgangen av det digitale forløpet, var trikoloren, ordene «frihet, likhet



10a–b: Det ene av disse bildene ble postet etter 22. juli 2011, det andre etter 13. november 2015.

og brorskap» og setningene «Pray for Paris» og «Je suis Paris» gjennomgangsmotiver. Adressaten var altså byen Paris, nasjonen Frankrike og det franske folk, snarere enn de enkelte ofrene og de pårørende.

Gjenkjenneligheten er en viktig i den forbindelse. Nettopp det gjenkjennelige i trikoloren og «frihet, likhet og brorskap» gjør at disse symbolene kan nå bredt ut. Tilknytningen til den franske revolusjonen gjør både flagget og slagordet til symboler på demokratiet. De er nokså lite kontroversielle symboler, som de fleste kan stille seg bak. Det har trolig bidratt til den brede spredningen.

Like fullt er de også nasjonale, franske symboler. Bruken av dem kan også betraktes som en form for «banalnasjonalisme». Begrepet er brukt for å beskrive hvordan forestillingen om at verden er delt inn i likeverdige nasjoner er blitt en naturliggjort del av hverdagslivets forståelseshorisont (Billig 1995:10). Ut fra et slikt perspektiv er nasjonalisme noe mer enn ideologi og identitet. Banalnasjonalismen er, ifølge sosialpsykolog Michael Billig, en måte å skape mening og orden i tilværelsen på, og får sitt utslag i hverdagslig eller uformell bruk av nasjonale symboler (ibid.). Gjennom slik symbolbruk opprettholdes forestillingen om nasjonene som meningsbærende fellesskap. Forskning på sorgreaksjoner etter store katastrofer har vist at katastrofer ofte blir nasjonalisert, og at sorgen blir uttrykt gjennom nasjonale symboler. Identifikasjonen med ofrene går dermed gjennom nasjonen som forestilt fellesskap. I sorgen er dette fellesskapet ikke bare forestilt, men også følt (jf. Fulsås 2003:89–108). Slik var det for eksempel med den nasjonale sorgprosessen i Sverige etter tsunamien i sørøst-Asia i 2004, og slik var det med den kollektive sorgprosessen i Norge etter 22. juli. (Svensson 2009; Kverndokk 2013b). Når identifikasjon med ofre, etterlatte og berørte etter et terrorangrep kommer til uttrykk gjennom nasjonale sym-

boler, følger den dermed en internasjonale grammatikk for nasjonalisme (jf. Löfgren 1993), der nasjonene også er meningsbærende sorgfellesskap. Bruken av det franske flagget på Facebook, og kanskje særlig trikolorfilteret, var nettopp banalnasjonalistisk i sin uformelle form. Det var manifestasjoner av et nasjonalt fransk sorgfellesskap, og uttrykte samtidig en idé om at slike sorgfellesskap kunne ha sympati med hverandre. Det er verdt å merke seg at kritikken av eurosentrismen hos Facebook-konsernet ikke var en kritikk av en nasjonal fortolkningsramme. Tvert imot var de reaksjonene som fulgte av kritikken, som bruken av det libanesiske flagget, med på å befeste ideen om en global, nasjonalt inndelt orden.

Denne nasjonale identifikasjonen er imidlertid bare en del av bildet. Det er en annen type identifikasjon som også kommer til syne gjennom delingspraksisen, og særlig gjennom alle de billedvariantene av Eiffeltårnet som sirkulerte. Som landemerke og en av Paris' mest populære turistattraksjoner konnoterer Eiffeltårnet noe annet enn trikoloren. Silhuetten er ikonisk og kan nærmest regnes som en turistisk metonymi for Paris. Slik sett er det fristende å se sirkulasjonen av Eiffeltårnet-bilder i sammenheng med de turistfotoer og beskrivelser av egne opplevelser fra byen som også ble postet (se bilde 7). Turistfotoene og de opplevelsene som fotoene representerte, var åpenbart brukt som måter å identifisere seg med åstedet og ofrene på (jf. Browning 2018). Turistopplevelsene gjorde avstanden mellom det transnasjonale mediepublikummet og Paris som åsted betraktelig mindre. Samtidig skjov slike turistisk manifestasjoner til en viss grad oppmerksomheten bort fra de faktiske ofrene og over på publikum selv og deres minner fra Paris.

Forbindelser mellom avsender og budskap

For det tredje knyttet denne delingspraksisen avsenderen til budskapet. Det gjaldt særlig kritikken av Facebooks trikolorfilter. Slike filtre og rammer kleber budskapet nærmest helt konkret til avsenderen, slik at avsenderen blir en del av budskapet. Dermed kunne ikke postingen bortforklares som noe som var gjort i vanvare eller i forbifarten. Da filteret og bruken av trikolorens farger fikk kritikk for å være eurosentrisk, var det dermed mange som hadde behov for å forsvare seg, og som skrev innlegg som begrunnet hvorfor de hadde valgt å ta i bruk de franske fargene. Her er et eksempel:

Jeg tenker på følgende; jeg tok det franske flagget i profilbildet mitt for [å] hegne om demokratiske verdier og hedre Frihet – Likhhet – Brorskap fra den franske revolusjon. Jeg tenker også på ofrene og deres familier, men det var ikke min intensjon å gradere ofre. Menneskerettigheter og demokratiske verdier er for meg universelle verdier. Jeg synes også det er svært viktig å minne hverandre om hva demokrati er for at vi skal sette pris på det. Tre stikkord er viktig; Frihet Likhhet Brorskap. Derfor det franske flagget...²⁸

Mens posting av bilder og bruk av filtre på profilbilder er en type kommunikasjon som ikke krever et utviklet språklig argument, førte altså eurosentrismekritikken til at Facebook-brukere skrev veloverveide begrunnelser for de valgene de hadde gjort. Slik ble den digitale sorgprosessen tilført et nytt lag av refleksivitet.

Forbindelser mellom hendelser

Til tross for slike veloverveide begrunnelser, er det fristende å spørre seg om de bilder og

slagord som blir distribuert av mediebrukere langt unna terrorens åsted kan ha noen varig kulturell betydning. Sosiale medier er øyeblikksmedier, og folk husker ikke så godt hva de poster og liker. Det ble tydelig da Norsk etnologisk gransking sendte ut en spørreliste om deltakelsen i rosetog, spontane minnessteder og aktiviteter i sosiale medier etter terroraksjonen i 2011. Spørrelisten ble sendt ut mindre enn et halvt år etter 22. juli, og det kom inn over 300 svar. Selv om det bare hadde gått noen få måneder, svarte likevel de fleste i nokså vage ordelag på spørsmålet om hva de hadde foretatt seg i sosiale medier. Det husket de ikke lenger (se Kverndokk 2013a:187). Til tross for det alvorstunge innholdet, kan det dermed se ut som om slik delingspraksis bare er del av den konstante strømmen av medieinnhold som farer mellom oss og forbi oss. Jeg vil likevel hevde at distribusjonen av bilder, plakater med slagord og emneknagger har kulturell betydning ut over øyeblikket.

Mitt fjerde poeng er at slik delingspraksis skaper forbindelser mellom ulike hendelser på tvers av tid og rom. Da ordene «Je suis Paris» spredte seg i sosiale medier i timene etter terrorangrepene i november 2015, var «je suis» – «jeg er» – allerede velkjente erklærende ord for å identifisere seg med terrorofre og ta avstand fra terrorhandlinger. Den korte setningen «Je suis ...», der objektet er et terroråsted, dukket første gang opp som emneknagg i januar samme år, etter at redaksjonen til satiremagasinet *Charlie Hebdo* var utsatt for et terrorangrep og tolv mennesker ble drept. Reklamemannen Joachim Roncin laget en enkel digital plakat med teksten «Je suis Charlie» og posten den på Twitter. Setningen spredte seg lynraskt som digital plakat, slagord og emneknagg. I løpet av noen få dager var den blitt brukt over fem millioner

28. Sitatet er gjengitt med tillatelse fra forfatteren.

ganger som emneknagg på Twitter. I likhet med Oslove-symbolet ble setningen snart medieuavhengig. Den ble tatt i bruk på de spontane minnstedene i Paris, og den ble trykt opp T-skjorter.²⁹

«Je suis» + et terroråsted er en enkel språklig formel som kan gjenbrukes og dermed stadig aktualiseres. Emneknagger og plakater av denne typen sirkulerte hyppig etter flere store terroraksjoner i den vestlige verden i 2016, som etter at tre selvmordsbombere drepte 35 mennesker i Brussel 22. mars (#Je-suisBruxelles), etter at en gjerningsmann skøyt og drepte 49 mennesker på en nattklubb i Orlando i Florida 12. juni (#JesuisOrlando), og etter at en lastebil ble kjørt inn i folkemengden under nasjonaldagsfeiringen i Nice 14. juli og tok 86 menneskeliv (#JesuisNice). «Je suis»-setninger sirkulerte også etter at en stjålet varebil kjørte inn i en folkemengde i Stockholm sentrum 7. april 2017 (#JesuisStockholm) og etter at 23 mennesker ble drept i en terroraksjon under en Ariana Grande-konsert i Manchester 22. mai samme år (#JesuisManchester). Deretter ser det ut til at denne setningskonstruksjonen gikk ut av bruk. Det er vanskelig å si hvorfor, men en av forklaringene kan være at den ble såpass kjent allmennreferanse at den mistet noe av sin symbolske kraft. En indikasjon på at den ikke lenger var like emosjonelt ladet, er at den etter hvert også ble brukt humoristisk. Et eksempel på det er plakater med teksten «Je suis whatever happend in Sweden», som sirkulerte i sosiale medier etter at Donald Trump i februar 2017 hadde sagt: «[...] you look at what's happening last night in Sweden. Sweden, who would believe this. Sweden. They took in large numbers. They're having problems like they never thought pos-

sible,» og dermed referert til et terrorangrep som aldri hadde funnet sted.³⁰

Emneknagger er generelt sett en form for folkelig kategorisering av medieinnhold. I og med at emneknagger av typen «Je suis»- er blitt brukt i ulike varianter og i forbindelse med flere hendelser, er setningen også noe mer enn bare et klassifiseringsredskap. I et folkloristisk begrepsapparat kan den kalles et motiv, i betydning en meningsbærende minstenhet som det går an å bygge ulike kreative varianter rundt (jf. Grambo 1984:126). Det samme kan sies om setningskonstruksjoner av typen «Pray for»-. Denne setningen bygger på en gammel talemåte, som har vært brukt når folk er syke, dødende og nylig avdøde. Som emneknagg og tekst på digitale plakater etter terroraksjoner ser den ut til å ha dukket opp for første gang etter terroren i Paris i november 2015. Siden har setningskonstruksjonen «Pray for» + terrorens åsted vært like vanlig i bruk som «Je suis»-motivet.

Begge disse setningene inngår i en motivkrets som både er språklig og ikonografisk. Plakatene med «Je suis»-motivet er visuelt sett lett gjenkjenning med svart bakgrunn, «Je suis» er skrevet i hvitt, mens åstedet som oftest er skrevet i grått. De to setningsdelene er skrevet i hver sin skrifttype. De samme to typene går gjerne igjen i de ulike variantene. Et annet visuelt motiv som er blitt gjenbrukt og tilpasset den enkelte hendelse er det photoshoppede bilde av et gråtende øye. Etter terroren i Paris 13. november 2015 var øye-eplet farget som trikoloren, etter terrorforsøket i Stockholm i april 2017 var det blått og gult (bilde 12 a og b). Slike mer eller mindre photoshoppede bilder og plakater er digitalt traderte uttrykksformer.

29. #JesuisCharlie ble omtalt i en lang rekke medier. Opplysningene her er hentet fra *Bergens Tidende*, men kunne like gjerne vært hentet fra en annen norsk eller europeisk avis, <https://www.bt.no/kultur/i/5LjE6/signal-om-at-folk-bryr-seg>, lesedato 15. juni 2020.

30. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-39020962>, lesedato 30. juni 2020.



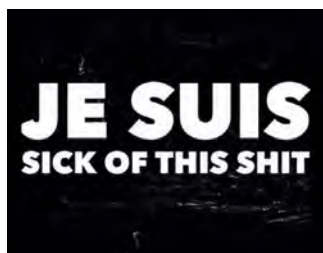
11a–f: Varianter av «Je suis»-motivet.



12a–b: Gråtende øye.

Både Dawkins' memebegrep og det medievitenskapelige begrepet om *memetisk spredning* beskriver fenomener og prosesser det finnes et velutviklet folkloristisk begrepsapparat for. Blant de viktigste begrepene i denne sammenhengen er tradisjon. Det er et helt sentralt begrep for å forstå den kulturelle betydningen slik delepraksis kan ha. Folkloristen Diane Goldstein definerer tradisjon som «the various ways that we keep the past alive in the present» (Goldstein 1993:22). Denne definisjonen har to aspekter som det er viktig å bite seg merke i. For det første indikerer «the various ways» at tradisjon ikke bare må forstås som selve de kulturelle uttrykksformene. Tradisjon er også praksis. I denne sammenhengen vil det si at selve handlingen –

det å poste bilder, plakater og emneknagger etter terrorangrep – kan betraktes som tradisjon (jf. McNeill 2014:183). Handlingen er tradisjon i den forstand at den viderefører et innhold og er med på å opprettholde digital posting som rituell sjanger. Det er en sjangerform der de enkelte uttrykksformene kunne kopieres, gjenbrukes og gjenskapes i stadig nye varianter. Variasjonsmangfoldet av de ulike motivene er et tegn på at mediedeltakerne har forholdt seg aktivt til det innholdet de har ført fram og delt videre. For det andre, og kanskje enda viktigere i denne sammenhengen, gjør tradisjonen, ifølge Goldstein, at fortiden blir brakt inn i nåtiden og gjort meningsfull. Betraktet som tradisjon blir dermed minnet om andre terrorhendelser



Bilde 13.

holdt i live og gjort aktuelle gjennom de motivkretsene som fyller den digitale sorgiten med innhold. «Pray for»-, «Je suis»- og det gråtende øyet er motiver som refererer til tidligere hendelser. Motivene bringer fram bevisstheten om tidligere terrorangrep og gir dem samtidig som stadig aktuelle hendelser. Slik understreker de forbindelsene mellom ulike terrorangrep, som likeartede tragedier. Dette er elegant oppsummert i en plakat som dukket opp etter bombene i Brussel 22. mars 2016. Hvitt på sort stod det: «Je suis sick of this shit» (bilde 13).

Kulturell katastrofering

Over har jeg vist hvordan den digitale delingen av sympati- og sorguttrykk etablerte forbindelsene mellom publikum og åsted på tvers av geografiske avstander. Det er liten tvil om at deltakerne i de sosiale mediene er del av terrorens transnasjonale publikum. Sosiologen Mark Juergensmeyer er blant dem som har påpekt at terroraksjoner er en form for voldsteater. Terrorangrep, skriver han, er «*dramatic events* intended to impress for their symbolic significance» (Juergensmeyer 2017:155, kursiv i originalen). Han påpeker at terrorangrep er iscenesatt og performativ vold, der scene og tidspunkt for handlingen er valgt med omhu for å nå ut til et publikum. Et terrorangrep uten et skrekkslagent publikum er, ifølge Juergensmeyer, like meningsløst som det vil være å fremføre et teaterstykke uten tilskuere (Juergensmeyer 2017:174). Mediepublikummet er altså nødvendig for volds-teateret. Men hva slags betydning terroraksjonen har for publikum er blant annet avhengig av avstanden til hendelsen.

Utgangspunktet for denne artikkelen har vært bruken av Facebook etter terroraksjoner, sett fra et norsk perspektiv. Til tross for at det er mange likheter i den rituelle bruken av de digitale mediene etter disse terroraksjonene er det ikke nødvendigvis samme type ri-

tuelle prosess. Jeg har hevdet at den digitale aktiviteten etter 22. juli bør betraktes som en lindringsrite som bidro til å gjenopprette en form for kulturell orden (se også Kvern-dokk 2012; 2013b). Statsviteren Christopher S. Browning har argumentert for at det samme var tilfelle med bruken av «Je suis»-motivet i Frankrike og Paris etter terrorangrepene i 2015, om enn ut fra et noe annet perspektiv enn det ritualteoretiske. Ved å erklære at man identifiserte seg med ofrene, i første-person som «jeg er» snarere enn «jeg sympatiserer med», erklærte man samtidig at man konfronterte terrortrusselen (Browning 2018:255). En av de variantene av «Je suis»-motivet som Browning vier mye oppmerksomhet er «Je suis en terrasse», altså «Jeg er på fortauskafé». Med denne varianten som utgangspunkt, argumenterer han for at bruken av «Je suis»-formuleringene var en symbolsk strategi for å trosse faren for nye angrep og gjenerobre det offentlige rom. I dagene etter terroren kan disse slagordene utvilsomt ha virket slik for en pariser, men det er ikke like åpenbart når den geografiske avstanden mellom åsted og mediepublikummet er stor. Symptomatisk nok finnes ikke «Je suis en terrasse» i mitt materiale. Formuleringen gir lite mening på avstand.

På avstand er det ikke først og fremst det å gjenerobre det offentlige rommet som var den digitale delingens mest åpenbare funksjon. For skal faren trosses, må den først erkjennes. Det må etableres en visshet om faren. Når «Je suis»-motivet og andre digitale uttrykksformer ble postet av mediepublikum langt unna Paris, kan de, i tillegg til å være sympatierklæringer, også leses som uttrykk for en erkjennelse av terrorfarens transnasjonale omfang. De digitale uttrykksformene kan betraktes som artikulasjoner av en transnasjonal terrorrisiko. Slik identifikasjon av risiko, eller risikosemantikk som sosiologen Ulrich Beck kaller det, er nødvendig for å

kunne håndtere risikoen. Denne identifiseringsprosessen er samtidig med på å fremkalle en bevissthet om risikoens nærvær (jf. Beck 1997; 2009).

I perioden 2015 til 2017 skjedde spredningen av symboler og slagord parallelt med at det ble innført en rekke nye sikkerhetstiltak, både rundt om i Europa og i Norge. Det ble blant annet satt opp mer eller mindre provisoriske sperringer av betong og metall foran inngangspartier på kjøpesentre og offentlige bygninger. Det samme ble gjort langs Carl Johans gate. Disse sperringene skulle forhindre terroraksjoner der biler kjørte inn i store menneskemengder. Samtidig var de fysiske manifestasjoner av den transnasjonale terrortrusselen. Den digitale delingspraksisen jeg har analysert i denne artikkelen må også forstås i lys av slike reaksjoner på terroraksjonene i Europa. Både sikkerhetstiltakene og digitale delingene av sorgytringer var artikulasjoner av terrorfaren. Begge deler var med på å rette oppmerksomhet mot terroren som transnasjonalt fenomen.

Forskyvningen av jeg-prosesjonen i «Je suis Charlie» og «Je suis Paris» fra 2015 til «Je suis sick of this shit», som dukket opp året etter, er interessant i så måte. Som Browning påpeker hviler det symboltunge i «Je suis Charlie» og «Je suis Paris» på bruken av åstedet i et førstepersonsutsagn. Dermed setter den som tar ordene i bruk seg selv i terrorofferets sted, iallfall symbolsk sett. Slik er det ikke med «Je suis sick of this shit». I generelle ordelag konstaterer denne setningen snarere terrorens gjentagende tilbakekomst. Den demonstrerer hvordan de digitalt traderte motivkretsene knytter sammen terroraksjoner i tid og rom. Som tradisjon er de med på å fremkalle minner om tidligere ter-

roraksjoner og bevissthet om risikoen for nye aksjoner.

De digitale uttrykkene som sirkulerte etter terroraksjonen i 2015 til 2017 var slik sett med på å tilføre hverdagslivet til et translokalt, globalisert mediepublikum en fornemmelse av unntakstilstand, og en visshet om at terroren kan ramme hvor som helst, når som helst. På denne måten bidrar delepraksisen til det filosofen Adi Ophir har kalt en katastrofering av samfunnet. Det vil si en stadig økende oppmerksomhet om samfunnsrisiko og sårbarhet (Ophir 2010). En slik katastrofering tvinner faktisk og forestilt risiko sammen i kulturell frykt. Potensielle katastrofer blir til latente kriser, og frykt for og forberedelser til katastrofen blir en del av normaltstanden. Slik er katastroferingen med på å opprettholde en form for kulturell kriseberedskap.

Konklusjon: Fra lindringsrite til beredskapsrite

Ritualer er superkomplekse fenomener.³¹ De er komplekst sammensatt av handlinger, symboler og ytringer og bærer på et overskudd av mening. Et ritual kan bety ulike ting for ulike deltakere. Ritualer er dessuten affektive opplevelser, og deltakerne er ikke alltid i stand til å sette ord på opplevelsene sine. Min intensjon med denne artikkelen har ikke vært å fortolke ritualer på individnivå, men snarere forstå sorgriter som meningsdannende prosesser på kulturelt nivå, det vil si å forstå meningsdannelse i samspillet mellom deltakerne, gjennom traderingsprosesser og i samspill med andre reaksjoner på terrorhendelsene. Jeg betrakter dermed de digitale uttrykksformene som kulturelle, og ikke individuelle størrelser. Sett fra et slikt ståsted

31. Begrepet superkompleks er lånt fra molekylærbiologi og betegner svært sammensatte molekylære strukturer, der sammensetningen får kjemisk virkning på en annen måte enn det hvert enkelt molekyl har, isolert sett. Slik er det også med ritualer, helheten får kulturell betydning som noe mer eller noe annet enn hver enkelt delkomponent. Om ritualets kompleksitet, se Gladigow 2006.

vil jeg hevde at både de digitale sorgpraksisene etter 22. juli 2011 og den rituelle delingen etter terroren i Paris fra november 2015 var massemedierte kriseriter. De kan begge sies å ha vært kulturelt klebrige praksiser, i den forstand at de var med på å frambringe det Dayan og Katz har kalt «an upsurge of fellow feeling» (Dayan og Katz 1992:196). Samtidig hadde de ulik kulturell virkning. Den digitale aktiviteten etter 22. juli kan betraktes som del av en nasjonal lindringsprosess, som bidro til å gjenopprette en form for kulturell orden. De digitale sorgritene etter Paris-terroren i november 2015 hadde også et tydelig lindringsaspekt, sett fra et fransk og parisisk ståsted (jf. Browning 2018). For et transnasjonalt mediepublikum var imidlertid ikke dette aspektet like fremtredende. Jeg har argumentert for at de digitale bildene og slagordene som sirkulerte etter terroraksjonene i Paris og andre europeiske byer i 2015 til 2017 var traderte uttrykksformer der noen spesifikke motiver gikk igjen. Som tradisjon var denne delingspraksisen med på å holde minnet om terroraksjonene og bevisstheten om terrorfrykten i live, også for publikum langt unna. På avstand kan den rituelle delingen kanskje heller sies å ha vært beredskapsriter, snarere enn lindringsriter. De etablerte ikke kulturell orden, men bidro heller til å opprettholde en kulturell beredskap som en vedvarende liminal tilstand.

Takk

Våren 2012 arbeidet jeg på Universitetet i Oslo og sammen med Knut Aukrust hadde jeg ansvaret for undervisningsemnet «KULH 3001: Bacheloroppgave i kulturhistorie». I dette emnet skulle studentene skrive en oppgave der de selv valgte problemstilling, teoretiske innfallsvinkel og metode. Empirien ble presentert for dem i form av en materialpakke som varierte fra år til år. I 2012 hadde vi den offentlige sorgen etter 22. juli og spon-

tane minnesteder som tema. Det hadde gått et knapt halvår siden terrorangrepet. Jeg var i tvil om det var etisk forsvarlig å slippe studentene løs på et slikt tema så kort tid etter tragedien, men Knut overbeviste meg om at det lot seg gjøre. Og han hadde rett. Det var et veldig lærerikt semester. Studentene fikk omvisning i det materialet Riksarkivet hadde samlet inn fra Domkirkeklassen i Oslo, og de ble de første forskerne i Norge som fikk tilgang til det materialet. Vi diskuterte analysene deres i seminarer gjennom våren, og studentene skrev gode og originale oppgaver. Undervisningen gjorde at jeg selv ønsket å arbeide videre med minneproblematikken etter 22. juli. Denne artikkelen er et resultat av det arbeidet som ble påbegynt den gang. Den ville ikke vært skrevet uten det samarbeidet jeg hadde med Knut og de diskusjonene vi hadde med studentene.

Litteratur

- Aagedal, Olaf, Ida Marie Høeg og Pål Ketil Botvar (red.) 2013. *Den offentlige sorgen etter 22. juli*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Beck, Ulrich 1997. *Risikosamfundet: På vej mod en ny modernitet*. København, Gyldendals bogklubber.
- Beck, Ulrich. 2009. *World at Risk*. London, Polity Press.
- Bell, Catherine 1992. *Ritual theory, ritual practice*. New York, Oxford University Press.
- Billig, Michael 1995. *Banal Nationalism*. London, Sage.
- Botvar, Pål Ketil 2013. Folkets svar på terroren: Sosiale, kulturelle og politiske aspekter ved massemonstringene. I Olaf Aagedal, Ida Marie Høeg og Pål Ketil Botvar (red.). *Den offentlige sorgen etter 22. juli*. Oslo, Universitetsforlaget, s. 26–46.
- Browning, Christopher S. 2018. «Je suis en terrasse»: Political Violence, Civilizational Politics, and the Everyday Courage to Be.

- Political Psychology*, vol. 39, nr. 2, s. 243–261.
- Buccitelli, Anthony Bak 2012. Performance 2.0: Observations toward a Theory of the Digital Performance of Folklore. I Trevor J. Blank (red.). *Folk Culture in the Digital Age: The Emergent Dynamics of Human Interaction*. Utah State University Press, Logan, s. 60–84.
- Connerton, Paul 1989. *How Societies Remember*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Dawkins, Richard 2006. *The selfish gene*. 40th Anniversary Edition. Oxford, Oxford University Press. (Førsteutgave 1976).
- Dayan, Daniel og Elihu Katz 1992. *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- Faris, David 2015. *Dissent and Revolution in a Digital Age: Social Media, Blogging and Activism in Egypt*. London, I.B.Tauris.
- Fiske, John 1987. *Television Culture*. London, Methuen.
- Fulsås, Narve 2003. *Havet, døden og været: Kulturell modernisering i Kyst-Noreg 1850–1950*. Oslo, Samlaget.
- Gjestland, Elisabeth 2012. Twitter som nyhetskilde. I Brurås, Svein (red.). *Mediene og terroren: Studier av norske mediers dekning av 22. juli*. Oslo, Unipub, s. 129–154.
- Gladigow, Burkhard 2006. Complexity. I Jens Kreinath, J.A.M. Snoek, and Michael Stausberg (red.). *Theorizing Rituals. vol 1, Issues, Topics, Approaches, Concepts*. Leiden og Boston, Brill, s. 483–494.
- Goldstein, Diane E. 1993. Not just a glorified «anthropologist»: Medical problem solving through verbal and material art. *Folklore in use*, vol. 1, nr. 1, s. 15–24.
- Grambo, Ronald 1984. *Folkloristisk håndbok: Begreper – termer*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Guribye, Frode 2007. Facebook-farsotten. *Norsk medietidsskrift*, nr. 4, s. 373–377.
- Gustavsson, Anders 2011. *Cultural studies on death and dying in Scandinavia*. Oslo, Novus Press.
- Hodne, Bjarne 1980. *Å leve med døden: Folkelige forestillinger om døden og de døde*. Oslo, Universitetsforlaget.
- Jenkins, Henry 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, New York University Press.
- Jenkins, Henry, Sam Ford og Joshua Green. 2013. *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York, New York University Press.
- Juergensmeyer, Mark 2017. *Terror in the Mind of God: The Global Rise of Religious Violence*, 4. utgave. Oakland, CA., University of California Press. (Førsteutgave 2000)
- Klein, Barbro 1995. Inledning. I Barbro Klein (red.). *Gatan är vår!: Ritualer på offentliga platser*. Stockholm, Carlssons. 7–42.
- Kverndokk, Kyrre 2012: «I kveld er gatene fylt med kjærlighet»: Om spontane minnesteder, communitas og rituell renselse etter 22. juli 2011. I Svante Beckman (red.). *Kulturaliseringens samhälle: Problemorienterad kulturvetenskaplig forskning vid Tema Q 2002–2012*. Linköping, Linköping Electronic Conference Proceedings, nr. 66, s. 191–197.
- Kverndokk, Kyrre 2013a. Et nettverk av sorg: Sosiale medier og minnekultur etter 22. juli. I Olaf Agedal, Ida Marie Høeg og Pål Ketil Botvar (red.). *Den offentlige sorgen etter 22. juli*. Oslo, Universitetsforlaget, s. 169–189.
- Kverndokk, Kyrre 2013b. Negotiating Terror, Negotiating Love: Commemorative Convergence after the Terrorist Attack July 22, 2011. I Camilla Asplund Ingemark (red.). *The Therapeutic Uses of Storytelling*:

- An Interdisciplinary Approach to Narration as Therapy*. Lund, Nordic Academic Press, s. 133–156.
- Löfgren Orvar 1993. The Cultural Grammar of National Building. I Pertti Anttonen og Kvideland, Reimund (red.). *Nordic Frontiers: Recent Issues in the Study of Modern Traditional Culture in the Nordic Countries*. Åbo, NIF publications, nr. 27, s. 217–238.
- McGrath, Jim 2018. Memes. I Brügger, Niels og Ian Milligan (red.). *The SAGE Handbook of Web History*. London, Sage, s. 505–519.
- McLuhan, Marshall 1968. *Mennesket og media*. Pax, Oslo.
- McNeill, Lynne S. 2013. *Folklore Rules: A Fun, Quick, and Useful Introduction to the Field of Academic Folklore Studies*. Logan, Utah State University Press.
- McNeill, Lynne S. 2014. And the Greatest of These is Tradition: The Folklorist's Toolbox in the Twenty-First Century. I Trevor J. Blank og Robert Glenn Howard (red.). *Tradition in the Twenty-First Century: Locating the Role of the Past in the Present*. Logan, Utah State University Press, s. 174–185.
- Milner, Ryan M. 2018. *The World Made Meme: Public Conversations and Participatory Media*. Cambridge, Mass., The MIT Press.
- NESH – Den forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora 2019. *Forskningsetisk veileder for internettforskning*, 2. utgave. <https://www.etikkom.no/globalassets/documents/publikasjoner-som-pdf/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning/forskningsetisk-veileder-for-internettforskning-interaktiv.pdf>, lesedato 2. juli 2020.
- Ophir, Adi 2010. The Politics of Catastrophization: Emergency and Exception. I Fassin, Didier og Marielle Pandolfi (red.). *Contemporary States of Emergency: The Politics of Military and Humanitarian Interventions*. New York, Zone Books, s. 59–88.
- Ortutay, Gyula 1959. Principles of Oral Transmission in Folk Culture. *Acta Ethnographica*, vol. 8, s. 175–221.
- Santino, Jack 2006. Performative Commemoratives: Spontaneous Shrines and the Public Memorialization of Death. I Jack Santino (red.). *Spontaneous Shrines and the Public Memorialization of Death*. New York, Palgrave Macmillan, s. 5–15.
- Seierstad, Åsne 2013. *En av oss: En fortelling om Norge*. Oslo, Kagge.
- Shifman, Limor 2014. *Memes in Digital Culture*. Cambridge, Mass., MIT Press.
- Svensson, Ingeborg 2009: Landssorg – en presentation av en studie om hur Sverige og svensk känns igen. I Gustavsson, Anders (red.). *Döden som tema inom nordisk kulturforskning under 2000-talet: Symposiumföredrag utgivna av Anders Gustavsson*. Acta academica regiae Gustavi Adolphi, nr. 107. Uppsala, Kungl. Gustav Adolfs Akademin för svensk folkkultur, s. 199–214.
- Szpila, Grzegorz 2017. Polish Paremics Demotivators: Tradition in an Internet Genre. *The Journal of American Folklore*, vol. 130, nr. 517, s. 305–334.
- Tolgensbakk, Ida 2017. Visual Humor in Online Ethnicity: The Case of Swedes in Norway. I Anthony Bak Buccitelli (red.). *Race and Ethnicity in Digital Culture Our Changing Traditions, Impressions, and Expressions in a Mediated World*. Westport, CT., Praeger, s. 115–132.
- Turner, Victor 1967. *The Forest of Symbols: Aspects of Ndembu Ritual*. Ithaca, Cornell University Press.