

Introduktion til Medier og kommunikation

Kursusansvarlig: Bjarki Valtýsson

Tumblr

"Millions of people sharing the things they do, find, love, think, or create."

Udarbejdet af Nikolaj Dam Roadley-Battin

Antal ord: 3269

Abstract

The number of Tumblr users increases everyday. A large number of users, who interact with one another, but without the use of direct and obvious means of communications. How does the social interaction appear and does it affect the content of the individual user?

Empirical data collected from 3 individual interviews, showed out to give a diversity of answers, in which there could be found a communal opinion. The fact that reblogging and liking blogs of other users content is an active choice, results in the depth of the analysis. From this point of view the analysis takes a look upon the social interaction in the Tumblr community. From which it is clear, that it's not important whether the user actively interacts with one another in a more direct sense, since the presence is enough.

Keywords

Tumblr, social, interaction, user

Gruppeforhold

Opgaven er udarbejdet individuelt, men emnevalg, interview-guide, empiri indsamling og transkribering er lavet i samarbejde med:

Andreas Lagerstedt

Philip Hommelgaard Diekmann

Simon Lind

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	4
Problemformuleringen.....	4
Teori og metode valg.....	5
Produsage	5
Den multidimensionale model.....	7
Motivationen.....	7
Forståelse.....	8
Konstruktionsbevidsthed.....	9
Holdning.....	10
Handling.....	12
Konklusion.....	14
Litteraturliste.....	15
Bilagsliste.....	16

Indledning

Blogging er blevet mere og mere udbredt. Siden Technorati tilbage i 2003 talte 100.000 blogs, er der sket en eksplosiv stigning inden for personlige non-kommercielle blogs (Lessig, 2008, s.58). Med mere end 30 millioner blogs er Tumblr¹ i dag en af de større aktør inden for blog fællesskabet.

Tumblr er stedet hvor:

*"Millions of people sharing the things they do, find, love, think, or create."*²

Tumblr giver brugeren mulighed for at ligge indhold op på en personlig blog, men ligeledes giver de mulighed for at *reblogge* og *like* andre brugers indhold.

I og med blogging er blevet så udbredt, bliver det også mere relevant at se på hvad der egentlig foregår i disse fællesskaber. Hvem har kontrollen? Er det internet anarki eller er der et bagved liggende hierarki af brugere? Ligeledes er Tumblr gratis at anvende, og som udgangspunkt er det ikke til kommercielt brug, men hvordan bruges det så? Hvad motiverer forbrugeren til at blogge om alt eller helt specifikke ting?

Da Tumblr har så mange brugere, er det meget relevant at analysere på deres brug af siden. Det er vigtigt at forstå hvad der sker på Tumblr og hvorfor det sker. Det er vigtigt at se på den sociale interaktion, direkte såvel som in-direkte.

Problemformuleringen

Hvor i ligger den sociale interaktion blandt brugerne på micro blogging siden Tumblr, og hvordan påvirker det brugerens blogindhold?

1 <http://www.tumblr.com/>

2 <http://www.tumblr.com/about>

Teori og metode valg

Opgaven tager udgangspunkt i Axel Bruns (2008) teori omkring produsage. Igennem teorien vil producenten være bloggeren og læseren vil være forbrugeren. Der vil blive set på hvordan der skildres i mellem producer og produser, og hvordan magtforholdene står i sammenhæng med dette. Udarbejdelsen af indhold i et fællesskab og motivationen bag er ligeledes vigtig. Til supplerung anvendes teksten af Lawrence Lessig (2009, s. 59), for at belyse vigtigheden i ikke bare indhold, men også det som han beskriver som "Public Annotation". Forholdet mellem en direkte social interaktion og en in-direkte interaktion igennem et bagvedliggende system. Det der kan motivere en bruger, og her tænkes især på at tagge, like og reblogge, 3 interaktions muligheder der er at finde på platformen Tumblr.

Udover dette kan Adrienne Russel, et al. (2008) også nævnes. Hvor der udtales at grænserne i mellem forbruger og producent udviskes, og hvordan de mener kulturen på flere måder vendes på hovedet.

Formålet med indsamlingen af empirien var, at: *"Explore the life world of the individual in depth."* (Gaskell, 2000, s. 48), og derfor faldt valget på individuelle samtaler. Topic guiden blev udformet af nævnt teori, og det var vigtigt at vores topic guide lagde op til *"Detailed individual experiences, choices and personal biographies"* (Gaskell, 2000, s. 48), da opgaven ligger større vægt på Tumblr brugerne end hjemmesidens funktioner. Udgangspunktet var 4 interviews, men da sidste deltager sprang fra i sidste øjeblik, af personlige årsager, valgte vi at fortsætte med de 3 enkelte interviews. De 3 interviews vil blive analyseret igennem Kim Schrøders multidimensionale model.

Produsage

"[...]digital information is a non-rival good which is not consumed (used up) as it is used." (Bruns, 2008, s. 14). Ordene Axel Bruns bruger til at fastslå at forbrug i sin konventionelle forstand ikke længere er gældende. Ved Tumblr er det vigtigt at kunne redegøre for hvordan et blogpost kan ses som et produkt, og hvordan produktet behandles.

Igennem internettet som medie er forbrugeren allerede mere aktiv, end de havde været i forbindelse med radio og tv. De kan deltage lydløst, men alligevel vil selv en statisk hjemmeside opfange dine valg i gennem værktøjer som Google, Alexa og andre trafik

analytiske værktøjer (Bruns, 2008, s.15). Ligeledes at der er blevet tilføjet et "folksonomy to this culture" (Wal, citeret i, Lessig, 2009), hvilket Lawrence Lessig følger op på med *"Tags and ranking systems, such as del.icio.us, reddit and digg, enabled readers of a blog or news article to mark it for others to find or ignore."* (Lessig, 2009, s. 59). Dette er en del af hvad Lessig kalder de 3 lag til RW kulturen, hvor de andre 2 stadier er muligheden for at kommentere og muligheden for at reblogge og tracke udviklingen af ens blogpost. De 3 lag arbejder sammen, da der ikke ville være noget uden indhold, men indeholder for sig selv heller ikke ville være nok – altså det er et økosystem af omdømme (Lessig, 2009, s. 61).

Vigtigst for opgaven er nok: *"[...]by adding a way to talk back, blogs changed how they were read"* (Lessig, 2009, s. 59). Det at bidrage med informationer til et fællesskab, hvilket Axel Bruns (2008, s. 24) omtaler:

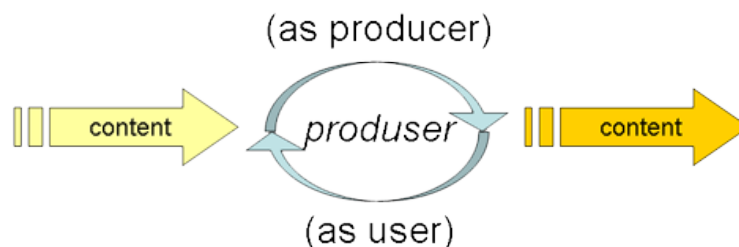
"Such contributions may be major or minor, substantial or insubstantial, take the form of useful content or the form of social engagement in or administrative services to the community, but they are nonetheless all valuable to the overall project".

Det står derved fast, at igennem kommunikation kanaler og omdømme, kan et fællesskab tage del i produktionen.

"Convergence, as we can see, is both a top-down corporate-driven process and a bottom-up consumer-driven process.[...]"

(Henry Jenkins, 2006, s. 17-19)

Overgangen fra den traditionelle produktion->distributør->forbruger er nu ved at dreje over mod fællesskabet, og derved produsage. Dette forklarer og illustrerer Axel Bruns (2008, s. 21) igennem denne model³:



3- <http://produsage.org/node/9>

Indhold kommer ind i fællesskabet og cirkulerer i mellem brugerene, og der bidrages med hvad de forskellige brugere finder relevant. Med andre ord er man gået fra push til pull, da man nu aktivt vælger og fravælger de informationer man vil modtage. Fællesskabet er derfor ikke organiseret i et hierarki, men derimod heterarki i konstant bevægelse. Beslutningerne opstår igennem fællesskabet, og de forløbere der opstår, dette kan være permanent eller midlertidigt. (Axel Bruns, 2008, s. 26).

Derfor kan det siges at overgangen fra producing til produsing må være fordi: *"the boundaries between producer and consumer, and between public and private, are blurring."* (Russel, et al., 2008, s. 43)

Den multidimensionale model

Igennem Kim Schrøders (2003) 5 dimensioner vil de 3 interviews med Sine, Sirid og Jonas blive analyseret. Dette sker med henblik på problemformuleringen, hvor produsage teorien og den sociale interaktion er i højsæde. Der vil blive set på hvorledes reblogging har en betydning for Tumblr som et fællesskab og hvordan de enkelte blogger opfatter det at reblogge hinanden. Alt sammen for at påvise en hvis tendens i forhold til Axel Bruns' teorier omkring produsers og producers, og hvordan værdien ikke bare ligger i indholdet, men også i de dybere lag. (Lessig, 2009)

Der argumenteres for at den multidimensionale model (se bilag 4) ikke er en proces-model, men da den:

"[...]eksplisit skal opfattes som en fleksibel model, sådan som de to eksempler har vist, kan tilpasses det analyseobjekt, som man anvender den på."

(Schrøder, 2003, s. 35)

Vil den alligevel blive bygget på et taksonomi der leder igennem punkterne; motivation, forståelse, konstruktionsbevidsthed, holdning og handling. Handling værende det sidste punkt, og derved punktet der samler de tidligere dimensioner og kæder dem sammen. Pointen er at dette skal skabe den røde tråd, og giver en mere fokuseret analyse.

Motivationen

Kim Schrøders motivations dimension ser på investering og interesse, hvilket ikke er relevant i

forhold til den sociale interaktion denne opgave vil analysere. Derfor er motivationen vinklet på hvordan bloggeren finder motivation for at poste, her med fokus på den interaktion der sker på Tumblr.

Opgaven har redegjort for et teoretisk grundlag for netop motivationen for en blogger, som Lawrence Lessig mente ofte kom fra de dybere lag (Lessig, 2008, s. 59-61). Sirid udtrykker dette lag i en mere fysisk forstand, men stadigvæk med henblik på hendes motivation bag Tumblr:

"[...]når jeg kommer hjem til en ven eller en bekendt og jeg ser de har noget jeg har lavet hængende på vægen. Altså det varmer da, det er en rar måde at være tilstede på i andres liv."

(Sirid, bilag 2, s.3)

Sådan udtrykker Sirid sin motivation for hendes fysiske arbejde, og i forhold til hendes brug af Tumblr. Hun giver udtryk for at tilstedeværelsen for hende betyder virkelig meget. Dette understøtter Jonas meget direkte, ved spørgsmålet om hvorvidt likes og reblogs giver motivation:

"[...]hvis du får meget positiv feedback så får du helt sikkert blod på tanden."

(Jonas, bilag 1, s. 8)

Det at man føler sig bemærket, og er tilstede i en eller anden tilværelse er af stor betydning for motivationen. Endda er det ligefrem følelsen af at være inde i varmen, som virkelig betyder noget. Følelsen af at nogle liker ens produkt, er det boost bloggeren tydeligvis sætter stor pris på, som Sine nævner i henhold til hendes omtale i *The Daily*⁴:

"[...]Måske kan vi se sådan et lille boost i hvor mange vi er nu... altså om vi får flere ikk?"

(Sine, bilag 3, s. 1)

Forståelse

I forlængelsen af motivationen er det vigtigt at se på hvordan bloggeren opfatter blogindholdet på Tumblr, da motivationen var at blive set og forstået. Forståelsen, modsat holdningen, tager udgangspunkt i en metakommunikation. Sporing af hvor vidt et post vælges eller fravælges, og forståelsen for hvad det har af betydning, men ikke den personlige

4 <http://www.thedaily.com/>

opfattelse af hvad de selv syntes er fedt. Igen med fokus på det sociale aspekt, og hvordan kuratering og magtforhold er på Tumblr.

I dette tilfælde udtrykker Jonas sit blog-filter som værende et valg han tager, som Jonas beskriver:

"[...]handler det om hvorvidt jeg synes det er fedt eller ikke er fedt."

(Jonas, bilag 1, s.5.)

Altså at indeholder er styret af den aktive bruger, der igennem Tumblr sorterer og vælger efter egen fri vilje. Det er derfor svært at snakke om hvad det "gode post" er, men en ting Sirid anser som vigtigt:

"[...]jo hyppigere man lægger noget ud, jamen jo mere interessant er det at følge det."

(Sirid, bilag 2, s. 4)

Hvilket Jonas er helt enig i:

"[...]gør det rigtig, rigtig godt. De poster jo gerne sådan 3-4 billeder om dagen"

(Jonas, bilag 1, s.5)

Motivationen måtte findes i den respons og tilstedeværelse fra andre brugere/læsere der kunne opstå via. Tumblr, hvilket må siges at give et publikum der følger ens arbejde.

"[...]jeg er blevet indskrænket ved mit større publikum"

(Sine, bilag 3, s 1.)

Så det positive bringer restriktioner. Et publikum indskrænker, og har derved styring på hvad der skal blogges:

"[...]og nu der er så mange så nogen gange vælger jeg virkelig at tænke over det."

(Sine, bilag 3, s. 1)

Konstruktionsbevidsthed

Styringen fra fællesskabet, og den motivation og forståelse der er for indholdet, ligger meget naturligt op til hvordan den aktive rolle indtages i produktionen. Derfor er netop rollen i

fællesskabet den vinkling der bliver taget til konstruktionsbevidstheden.

Sirid nævner at hun ikke blogger indhold, som hun ikke selv har lavet. Men alligevel finder hun inspiration:

"[...]i de ting jeg ser når jeg går en tur på internettet."

(Sirid, bilag 2, s. 4)

Ligeledes gør Jonas udtryk for en aktiv rolle, da det indhold han ser på:

"[...]typisk er sådan noget fotografier, altså jeg prøver selv at være aktiv fotograf."

(Jonas, bilag 1, s.2.)

Jonas gør også udtryk for at han kører et filter ud af mod fællesskabet, ting der bliver liked og IKKE reblogget er ting der ikke:

"[...]er nogen andre der kan have interesse i at vide."

(Jonas, bilag 1, s.7)

Altså han skildrer klart i mellem hvad der er til personligt brug, og hvad der sendes i cirkulation til fællesskabet. Måske fordi Jonas ikke altid føler at der ligger nok i det, til at han finder det egnet. Tilføjning af værdi og mening er noget Sine ligeledes prøver at anvende i sin blogging:

"Vi tolker 100 % på billedet og prøver i en eller anden forstand at gøre det dybere."

(Sine, bilag 3, s. 9)

Holdning

Det Sine nævner med at gøre et billede dybere, er et oplæg til holdningen og etikken i mod at reblogge folks indhold. Derfor er det også netop det, som dette afsnit har fokus på, nemlig holdningen omkring eget indhold og reblogs.

"Tumblr er et nemt sted at reblogge fra, der er jo en reblog-knap"

(Jonas, bilag 1, s.2)

Reblogging er let tilgængeligt igennem Tumblr, men det er helt op til brugeren selv om de vil tage brug af det.

På trods af at Sirid ikke blogger andet end sit eget indhold, tager hun ikke afstand fra fænomenet reblogging:

"Jeg syntes ikke der er noget galt med det, men det er ikke derfor jeg er der."

(Sirid, bilag 2, s.2)

Det vil sige at holdning og konstruktionsbevidsthed ikke nødvendigvis er 100% i consensus, da især motivation og konstruktionsbevidsthed ligger op til det personlige indhold på bloggen, hvor holdningen ser på helheden på Tumblr siden.

En anden vinkel på reblogging er:

"Men det er ikke sådan at vi går ind og reblogger så de kan se at vi har reblogget deres pictures."

(Sine, bilag 3, s. 4)

Her reblogges der, men man gør det med lukkede døre. Dog fjerner det ikke det mere sociale aspekt, hvor for de enkelte modtageren på Tumblr kan følge reblogs som gentagende indhold og følge udviklingen.

"[...]meget skægt at se, nu vandte det billede sådan mellem noget."

(Jonas, bilag 1, s.2)

Sine omfavner dog stadigvæk funktionen, og lægger op til at det er her fællesskabet udspringer fra:

"[...] rigtig fed tankegang at man kan gå ind og ligesom reblogge hinanden og bruge hinanden som en eller anden form for kollektiv [...]"

(Sine, bilag 3, s. 4)

Og tager den endnu videre, da hun beskriver Tumblr's frihed og brede indhold:

"Så på den måde er den meget demokratisk"

(Sine, bilag 3, s. 8)

Handling

Motivationen lå i det sociale aspekt, aktiviteten og publikummet kridtede banen for forståelsen, konstruktionsbevidstheden var mod fællesskabet og holdningen var et demokratisk Tumblr hvor reblogging var okay, men stadigvæk med de 3 tidligere dimensioner i baghovedet. Handlingen er en sammensmeltning af de 4 tidligere dimensioner, men hvor de tidligere dimensioner ikke lagde så meget vægt på den egentlige sociale interaktion, vil dette afsnit samle dette op.

For Sirid den produktive bruger af Tumblr bruges den til dels som:

"[...] et sted hvor jeg kunne have dem digitalt[...]"

(Sirid, bilag 2, s.1)

Men også som et sted hvor Sine eksempelvis kan:

"[...] få kanaliseret nogle af mine tanker ud."

(Sine, bilag 3, s. 6)

Jonas sætter stor pris på at udforske Tumblr, tjekke de fede blogs og derved:

"[...] havner du på en ny blog og så ryger den også på follow."

(Jonas, bilag 1, s. 4)

Ligeledes interageres der socialt igennem like funktionen på et blog-indlæg. Like funktionen giver producenten af indholdet et signal om at det de har lavet er godt. Brugeren ser det i forhold til at like et Facebook post, hvor like funktionen har betydningen, det er blæret, thumbs up. (Jonas, bilag 1, s. 7)

Det er den bagvedliggende værdi, det tredje lag (Lessig, 2008, s. 61), der her især spiller ind. Folk har mulighed for at se hvad hinanden liker, de kan reblogge hinanden, smide en kommentar og derved kommunikere yderligere.

"Jeg tror at der er masser af mennesker som kommenterer på ting og fører samtaler gennem det."

(Sirid, bilag 2, S. 5)

Sirid hentyder til at dette er en vej, nogle endda bruger til at føre samtaler, og derved interagerer på tværs af platformen. Igennem Tumblr interaktionen:

"[...] opstår der nogle klumper som man kan kalde for et fællesskab eller et community [...]"

(Sirid, bilag 2, s. 5)

Det samme fællesskab der aktivt tager del i produktion af kulturen (Bruns, 2008, s. 21) på Tumblr. Hvilket Sines situation er et godt eksempel på:

"[...] vi får rigtig meget respons hvis vi laver en post der ligesom måske kan angribe et eller andet form for dyrevelfærd eller et eller andet."

(Sine, bilag 3, s. 1)

Interaktionen sker derved på baggrund af et indhold, der går i samspil i mellem den egentlige blogger og læser. Endda trækkes der tråde ud fra det virtuelle liv til det virkelige, da Sirid gør udtryk for at Tumblr platformen ville kunne interagere med:

"[...]nogen som jeg gerne ville lave et kunstprojekt sammen med[...]"

(Sirid, bilag 2, s. 4)

Konklusion

Den sociale interaktion på Tumblr ligger i de dybere lag. Der kommunikeres igennem valg, valg som brugeren aktivt selv tager. Igennem de tilgængelige værktøjer, giver det nemlig muligheden for at spore disse valg, og derved skabe interaktion hen over Tumblr platformen. Følelsen af at man selv har kontrol og frihed, gav som Sine forklarede en demokratisk følelse på Tumblr. Dette lader nemlig til at være den vigtigste faktor, når der snakkes produsage.

Selvom enkelte brugere ikke anser sig som del af fællesskabet, og ikke aktivt genbruger folks indhold, deler de alligevel ud af sig selv, ved enten at like, reblogge eller producere egne ting.

Det er derfor ikke vigtigt om brugeren aktivt interagerer med en anden, i den mere direkte forstand, i denne produsage kultur betyder tilstedeværelsen ligeså meget. De kan være den stille bruger, men alligevel som Jonas arkivere mange posts, i et håb om at han selv kan producere mere. Sine der aktivt blogger og interagerer med sine læsere, og ikke er bleg for at bruge andre bloggers indhold til eget brug. Og til slut Sirid der anser sig selv, som værende producent frem for produser, men i virkeligheden stadigvæk interagerer med platformen, i og med at hun følger, liker og bruger det til inspiration.

Litteraturliste

Bøger

Bruns, Axel. 2008. Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Prodosage. Peter Lang, New York.

Gaskell, George. 2000. Qualitative researching with text, image and sound. M.W. Bauer og C. Gaskell (ed.). Sage Publications, London.

Lessig, Lawrence. 2009. Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. The Penguin Press, New York.

Russel, Adrienne, Mikuzo Ito, Todd Richmond, og Marc Tuters. Networked Publics. Kazys Varnelis (ed.). The MIT Press, Cambridge.

Jenkins, Henry. 2006. Convergence Culture: Where Old Media and New Media Collide. New York University Press, New York

Schrøder, Kim. 2003. Tidsskriftet Mediekultur nr. 35. Generelle aspekter ved mediereception? Et bud på en multidimensional model for analyse af kvalitative receptionsinterviews.

Links

<http://produsage.org/node/9>

<http://www.tumblr.com>

<http://www.thedaily.com>

Bilagliste

Bilag 1 – Transskription af interview med Jonas

Bilag 2 – Transskription af interview med Sirid

Bilag 3 – Transskription af interview med Sine

Bilag 4 – Kim Schrøders multidimensionale model

Bilag 5 – Topic Guide

Lydfiler fra interviews:

Interview_Jonas.mp3

Interview_Sirid.mp3

Interview_Sine.mp3