

Sociala medier – ett användbart redskap i De litterära sällskapens arbete

Av Ingemar Lönnbom

När Harry Martinson-sällskapet genomförde sin årshögtid i maj 2011, direktsändes stora delar av programmet över Internet. På det sättet kunde medlemmar som inte hade tid eller möjlighet att ta sig till Brunnsvik följa med i såväl det omväxlande programmet som i själva årsmötet. Det är bara ett exempel på hur de olika sociala medierna kan användas i föreningslivet. Här följer ytterligare några exempel och reflektioner kring ett antal användbara verktyg som gratis eller för en billig penning kan göra god nytta för exempelvis de litterära sällskapen.

Bakgrund:

Internet fick sitt folkliga genombrott i mitten av 1990-talet. Från en ganska enkel början, med e-post och textbaserade hemsidor, har vi idag ett nät som i själva verket fungerar som ett gigantiskt massmedium som vi alla är med och skapar. Baksidan är förstås att en mängd undermåligt och felaktigt material sprids. Framsidan är att vi som har en verksamhet med kreativa och engagerade medlemmar som förvaltar ett kulturellt värdefullt innehåll kan skapa våra egna kanaler för att skapa ett mervärde för våra medlemmar och nå alla dem som är intresserade av ”våra” författare. Med denna positiva vision som utgångspunkt kan man använda och kombinera de olika sociala medierna på det sätt som är möjligt och lämpligt för respektive sällskap.

Definition av ”Sociala medier”

I den här artikeln används i princip den definition av begreppet sociala medier som nämns först i Wikipedia-artikeln om sådana:

”**Sociala medier** betecknar aktiviteter som kombinerar teknik, social interaktion och användargenererat innehåll. Det kan ta sig uttryck i [Internetforum](#), [communities](#), [bloggar](#), [wikier](#), [gruppvara](#), [poddradio](#) och [artikelkommentarer](#). Termen används ofta som slagord för sådana tjänster.”

Den här texten ger bara en kort skiss av alla de möjligheter som finns. Jag vill också gärna be om ursäkt för att jag är så Martinson-centrerad, det kan mycket väl finnas andra sällskap som är lika långt komna som vi!

Exemplet Harry Martinson-sällskapet

Det finns egentligen ingenting som skiljer Harry Martinson-sällskapet från andra litterära sällskap. Om det är så att vi använder sociala medier mera än andra, får det nog främst ses som en lycklig slump. Användningen av Internet har förvisso diskuterats ofta vid våra sammanträden och vi har flera ledamöter som är mera intresserade av datorer och deras användning. Men för att få igång arbetet i de sociala medierna krävs naturligtvis också viljan att gå från idéer och ord till handling. Jag har all respekt för dem som tvekar och det finns förvisso skäl att tänka sig för noga. Det fina med de sociala medierna är emellertid att man kan starta med en ganska ringa insats och sedan bygga på allteftersom lust, behov och möjlighet infinner sig.

Idag använder Harry Martinson-sällskapet:

- webbsajt
- blogg
- facebook
- youtube
- bambuser

återstår att erövra:

- twitter
- andra sociala fora, exempelvis Myspace
- google plus, om den visar sig passa
- soundcloud och liknande

Nästa steg skulle kunna vara

- appar till smarta telefoner

Webbsajt

Att vara närvarande på Internet med en hemsida/webbsida/sajt – kärt barn har många namn – är en absolut nödvändighet inte minst på grund det tidigare vidrörda problemet med undermålig information som sprids. Vi behöver ha ett skyltfönster med korrekt information om ”vår” författare och sällskapets verksamhet. Det är viktigt gentemot allmänheten, men det är ännu viktigare gentemot medierna: så fort en journalist idag får ett nytt uppdrag är det första att man går ut på nätet för att göra research.

Det finns all anledning att fundera på denna sammansatta mottagarskara som egentligen består av flera olika målgrupper när man lägger upp sin sida. Självklart är de egna medlemmarna en mycket viktig del och de ska både få anpassad information och inbjudas att delta. Men de goda möjligheterna att anpassa informationen efter olika målgrupper ska man ta vara på. Man kan exempelvis tänka sig en tydlig länk på startsidan som riktar sig till press/journalister. Det kan även finnas skäl att skapa en engelskspråkig sida med kortfattad information. Ytterligare en målgrupp att hålla i minnet är förstås litteraturstudier på universitet och högskolor som vi naturligtvis vill ska upptäcka den svenska litteraturen. Det är väl redan idag en självklarhet att uppmärksamma dem som skriver om sällskapets författare.

Harry Martinson-sällskapet använder för närvarande en tjänst hos sökmotorföretaget Google för designen av hemsidan. Det är en gratistjänst där man på ett enkelt sätt kan välja utseende, bygga en struktur för hemsidan med mera. Hela styrelsen har möjlighet att logga in och göra ändringar och tillägg. Det har hittills inte varit några större problem med detta gemensamma administrerande. Det är naturligtvis viktigt att vara noga med att inloggningsuppgifter hålls inom den egna kretsen.

Innehållet är traditionellt, med annonsering av kommande arrangemang, bilder och referat från tidigare genomförda arrangemang. Månadens Martinson är ett unikt material. Varje månad publiceras (med rättighetsinnehavarnas tillstånd) en text av Harry Martinson med kommentar av den person som har valt ut den. Alla medlemmar är välkomna att delta med bidrag, men hittills har det varit främst gamla och nya styrelsemedlemmar som bidragit – samt till vår stora glädje Harry Martinsons döttrar Eva och Harriet. Den här typen av material som inte går att få tag på någon annanstans är viktig, dels för att man därigenom säkrar en ständig förnyelse på sidan, dels för att kunskapen om den aktuella författarens verk fördjupas.

Ett problem som ofta förekommer är att man i en styrelse med ideellt arbetande personer kan ha svårt att se till att det kommer fram nytt material till hemsidan och i övrigt. En enkel omvärldsbevakning som dessutom är gratis kan man skaffa genom Google News (Nyheter). Man kan där prenumerera på nyheter med specifika sökord och därmed få e-post med länk till nya webbsidor som behandlar exempelvis Harry Martinson. Varje gång en tidning skriver om författaren får jag ett mejl i min e-post och kan därmed vidarebefordra länken i mina sociala medier – egen blogg, facebook, Harry Martinson-sällskapets hemsida osv.

I det här sammanhanget vill jag gärna understryka vikten av att hålla koll på det webbaserade uppslagsverket Wikipedia. Den har en stark ställning, trots att den i sig är ett socialt medium och skapas av användarna själva. Redan när man jämförde för fem år sedan var Wikipedia fullt jämförbart med Nationalencyklopedin när det gällde tillförlitlighet, men precis som med all mänsklig verksamhet kan det naturligtvis finnas fel och brister. Min uppfattning är att de litterära sällskapen i sina styrelser bör ha en person som har till uppgift att hålla koll på att uppslagsartikeln i Wikipedia om sällskapets författare är korrekt. Vidare kan man gott ta initiativ till att själva sällskapet blir en artikel i Wikipedia och att uppgifterna där överensstämmer med vad som står på den egna webbsidan. Precis som med övriga sociala medier finns här en möjlighet till stor snabbhet med att få ut aktuell information. Säg att ett sällskap har beslutat dela ut ett pris, då finns möjlighet att mycket snabbt uppdatera Wikipedia, både artikeln om det egna sällskapet och om den person som har fått priset. Detta för att få maximal spridning i ett sammanhang som är använt och respekterat av många.

Blogg

Begreppet kommer från ett ursprungligt ”web log”, det vill säga en loggbok eller dagbok på nätet. Det vanliga är att en blogg är personliga texter skrivna av en person.

Harry Martinson-sällskapet har valt en ovanlig modell för bloggandet där det är möjligt för alla medlemmar att göra inlägg på bloggen. I realiteten har emellertid antalet bloggare på ”Harry Martinson i tiden” varit relativt lågt. Resultatet har trots detta, eller tack vare detta, blivit en bra blogg med synnerligen hög kvalitet på inläggen. Ett exempel: inför vårt möte i maj i år lade sällskapets sekreterare Rune Liljenrud ut mycket väl genomarbetade texter om de författare som vi skulle komma att på olika sätt uppmärksamma vid sidan av Martinson under årshögtiden. Den som läste Rune Liljenruds essäartade texter och sedan reste till Brunnsvik fick en betydligt djupare och bättre upplevelse genom att vara bättre orienterad i det litterära landskap vi skulle uppleva.

Min uppfattning är att vi nu är redo att ta nästa steg, det vill säga att flera av sällskapets medlemmar kan starta egna bloggar (med mer eller mindre Martinson-anknytning), som vi samlar ihop genom hemsidan. Där ska alltså finnas länkar till och kanske så småningom utdrag ur dessa medlemmars bloggar. Generellt bör det naturligtvis uppmärksammas på hemsidan att medlemmar i sällskapen bloggar om den aktuella författaren när så sker och de ska uppmanas att länka till sällskapets hemsida i lämpliga sammanhang.

Den bild som sprids om bloggar är ofta att de drivs av unga människor som lyckas få många läsare och därigenom tjänar pengar på sitt bloggande. I själva verket är detta ovanligt och det finns säkert bloggare som skriver för en mycket liten publik. Det handlar väldigt mycket om att nå en egen tillfredsställelse och att få tillfälle att ”skriva av sig”. Men för att få många läsare till sin blogg krävs det att man skriver ofta och är slagkraftig. Det ska gärna finnas en röd tråd, ett intresse som hela tiden finns med i bloggen så att andra som har samma intresse

finner det intressant att återkomma och läsa nya inlägg. Ett sätt att generera många läsare är förstås att marknadsföra bloggen i andra sammanhang, exempelvis på facebook eller genom twitter (se nedan)

De mest framgångsrika bloggarna genererar pengar till upphovsmannen eller upphovskvinnan genom att de drar till sig så många läsare att det blir intressant för annonsörer att ingå symbios med bloggaren. Dit har antagligen vi i de litterära sällskapen långt!

Facebook

Facebook är väl det mesta framgångsrika sociala mediet. Det är en miljardindustri och i likhet med andra stora aktörer inom Internet har utvecklingen varit extremt snabb till toppen och nu handlar det för denna industri om att behålla ställningen.

Facebook är en välsignelse för alla dem som har sina vänner utspridda i världen och gärna vill ha möjlighet till daglig kontakt. Men det finns ett antal smarta funktioner som gör att vi som sociala varelser med gemensamma intressen kan ha stor nytta av Facebook.

Här finns exempelvis möjligheten att lägga upp en profil för en förening, eller helt enkelt bara för alla dem som beundrar en viss person eller företeelse. Man kan också skapa marknadsföring och inbjudningar till olika evenemang. Eftersom Facebook bygger på ett mycket personligt engagemang är detta mera effektivt än månet reklamblad, annons eller affischering. En kontinuerlig kommersialisering av Facebook pågår, vilket kan vara ett hot mot trovärdighet och kan leda till minskat användande. Än så länge är dock svenskarna ett av de mest anslutna folken i världen, med uppåt 50 procent av befolkningen ansluten till Facebook.

Martinsonsällskapet har än så länge bara lagt upp en profil som heter Harry Martinson och där vi försöker samla personer som är intresserade av Martinson, man skulle kunna kalla det en fan-sida. Den har egentligen inte så stor anknytning till sällskapet, men där omtalas naturligtvis de evenemang och händelser som är aktuella för sällskapet. Här bör vi också lägga upp en profil som tydligt heter Harry Martinson-sällskapet och som därmed kan arbeta för sällskapet. Framtiden får utvisa om en sådan föreningsprofil skulle kunna ersätta den traditionella hemsidan. För även om vi har en mängd möjligheter att utnyttja idag, bör vi hela tiden sträva efter koncentration och rationell hantering. Man ska undvika att ansluta sig till en mängd olika sociala medier utan att ha en tanke om hur anslutningen ska utnyttjas.

Facebook är bra för att hålla kontakten med en stor eller liten grupp. Hos oss är det intresserade personer från hela världen som är med i gruppen. Därför är det nödvändigt att använda tvåspråkighet.

Eftersom det idag är mycket populärt att använda Facebook i så kallade smartphones, avancerade mobiltelefoner kan detta forum fungera väldigt väl exempelvis på Bokmässan, eller i andra stora sammanhang där vi kan hitta varandra via textmeddelanden som snabbt når sin mottagare.

Youtube

Wikipedia: ”**Youtube**, av webbplatsen själv utskreven som *YouTube*, är en webbplats med videoklipp som har laddats upp av dess användare. Webbplatsen öppnades i februari 2005.”

Youtube innehåller miljontals videoklipp. Varje dag laddas 65 000 klipp upp till den populära sajten där man kan hitta allt från Spel-Olles gånglåt med Trio med Bumba till instruktionsfilmer om hur man sätter ihop en cykelväxel. Materialet kommer från hela världen och Youtube har förstås tittare i alla länder, även om vissa diktaturer försöker stoppa medborgarna från att använda tjänsten. Mycket är skapat av amatörer och kvaliteten varierar därför. Youtube ingår idag som en integrerad del av de TV-apparater som säljs vilket innebär att detta är ett socialt medium som har stor potential att nå många om det används rätt. Det handlar inte minst om att använda söktermer, så kallade taggar, på rätt sätt. Tyvärr skulle det leda för långt att utveckla resonemanget i den här artikeln.

Harry Martinson-sällskapet har en egen så kallad "kanal" på Youtube. Där ligger ett antal filmer som har tillkommit i samband med sällskapets egna arrangemang under senare år. Men där är också en dokumentärfilm som med upphovsmannens goda minne lagts ut och där tittarsiffran för närvarande ligger närmare 1000. Tidigare har det bara varit tillåtet att lägga ut korta snuttar på 10 minuter. Nu har vi inga tidsbegränsningar, men det är naturligtvis ändå klokt att redigera materialet om man har möjlighet att göra så.

Bambuser

Bambuser är en webb-baserad tjänst för direktsändning av video. Den har utvecklats och tillhandahålls av ett svenskt företag, grundat 2007. Tjänsten innebär så kallad strömmande video från mobiltelefoner och webbkameror till Internet. Det är också möjligt att koppla den direktsända videon till sociala medier och webbplatser som Facebook, Twitter, Myspace, Wordpress och Blogspot.

Det var alltså detta system Harry Martinson-sällskapet använde när vi direktsände årshögtiden från Brunnsvik ut över Internet. För att göra detta krävs en skäligen enkel teknik. Det räcker med en dator som är kopplad till Internet via bredband och en webbkamera. Det är klokt att köpa en extern webbkamera till datorn, men även de bästa kostar inte mera än någon tusenlapp. Om man vill lyxa till det, kan det vara klokt att ha ytterligare en uppkopplad dator, där man kan kontrollera kvaliteten på sändningen. Själva tjänsten är för närvarande gratis – det finns en utökad betaltjänst som ger fler tekniska möjligheter och ännu bättre kvalitet på sändningen, men den är inte nödvändig.

Anledningen till att tjänsten är så enkel är förstås att ursprungstanken är direktsändning från mobiltelefon, vilket självklart också är möjligt. Harry Martinson-sällskapet har här, i likhet med på Youtube, en egen kanal. Bambuser har sämre bildkvalitet, men det accepterar man antagligen när man vet att det händer direkt. En trevlig funktion under direktsändningen är att den som tittar kan skriva kommentarer till programmet i en särskild chatt-funktion. Jag fick svara på några frågor skriftligt under sändningens gång, vilket ökade känslan av att detta var något som uppskattades.

Sammankomsten på Brunnsvik spelades samtidigt in med bättre bild- och ljudkvalitet (HD). Den versionen kunde efter några dagar läggas ut på Youtubekanalerna i en kvalitet som ligger nära professionell TV-bild. Allt material kunde förstås nås via Sällskapets hemsida så fort som det var utlagt på Bambuser- och Youtube-kanalerna.

Diskussionen mellan Göran Greider och Johan Lundberg, Axess, under ledning av Åke Widfeldt, är den som fick flest tittare. Sammantaget har nu, mindre än ett halvår efter årshögtiden, mångdubbelt fler tagit del av programmet än de som var fysiskt närvarande. Men

som jag underströk redan i Brunnsvik: den här typen av direktsändning kan självklart bara bli ett komplement till de verkliga mötena där vi umgås ”på riktigt”.

Under mitt föredrag på De litterära sällskapens scen i Göteborg den 23 september 2011 dristade jag mig att väcka tanken att programmen på denna scen skulle kunna direktsändas i DELS’ regi. Antagligen finns det anledning att undersöka de juridiska implikationerna - det är komplicerat bland annat pga rättighetsdiskussionen.

Twitter

Twitter är korta textmeddelanden som riktar sig till hela världen. Det blir med nödvändighet lakoniska texter, som dagsvers i miniformat. En författare som Alf Henriksson skulle antagligen vara en utsökt twittrare idag.

Harry Martinson-sällskapet har inte några twittrare för närvarande. Men twitter skulle mycket väl kunna användas exempelvis för att snabbt sprida senaste nytt, kommentera händelser som har anknytning till den egna författaren mm. Det är viktigt att använda de olika medierna på ett sätt så att de hjälper varandra, helst utan att det är samma budskap och tjatigt för läsaren.

Det skulle finnas mycket mer att skriva om detta med sociala medier. Jag vill bara kortfattat avsluta med att lista några ytterligare exempel som möjligen skulle kunna användas:

- andra sociala fora, exempelvis Myspace.
- Google plus, konkurrent till Facebook, om den visar sig passa sällskapets struktur.
- Soundcloud och liknande tjänster för enbart ljud.
- Appar till smarta telefoner

Appar

De nya smarta mobilerna ger nya möjligheter där egentligen bara fantasin sätter gränser. De är på samma gång telefon, dator och tv. Bara fantasin sätter gränser. Det radikalt nya är mobiliteten, exempelvis att användaren vänjer sig vid att få ett plusvärde genom att telefonen alltid är med. DELS skulle exempelvis kunna producera en app där den litteraturintresserade får veta om det finns ett författarhem eller författarmuseum i närheten. Om bara rättighetsaspekterna tas tillvara skulle man också kunna tänka sig att man beroende på var man befinner sig får sig till livs miljöskildringar ur den svenska litteraturen. Tänk att få ett språkskönt avsnitt ur Hemsöborna när man närmar sig Kymmendö, eller ett avsnitt ur ”Nässlorna blomma” i telefonen när man turistar i Olofströms kommun.

Problem

Det finns naturligtvis problem som behöver övervinnas – jag har nämnt kommersialiseringen. Den ibland förtalade ungdomen, som ibland kallas gratisgenerationen eftersom den har vant sig vid att få tjänsterna gratis, är en bundsförvant här.

Hur gör vi för att nå dem som inte har Internet? Det är naturligtvis ytterligare ett problem att ta ställning till.

Slutord

Vi som arbetar i de litterära sällskapen ska inte känna oss tvingade att ge oss ut i något som vi inte tror på. Det är bättre att känna sig fram. Inte minst är det nog så att eftersom vi har

begränsade resurser och våra aktiva medlemmars möjlighet att vara aktiva i de sociala medierna varierar med tiden.

De sociala medierna har alla sina för- och nackdelar och kommer att förändras med tiden. Risker att förlora något på att ge sig ut där är som jag bedömer det små. Den kommersialisering som hela tiden pågår, kan naturligtvis solka våra kära författare om vi hanterar medierna oskickligt, men jag är helt övertygad om att vi vinner på att se Martinson på Youtube och tar jag inte alldeles fel så skulle flera av dikterna i den nu aktuella diktsamlingen Tuvor få plats i en tweet!